



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA: INGENIERÍA DE EMPRESAS

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: Proyecto de Investigación

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA DE EMPRESAS

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ASOCIATIVA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE HORTALIZAS ORGÁNICAS, EN EL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN SUSCAL, DE LA PROVINCIA DEL CAÑAR.

AUTORA:

ROSA BALVINA LOJA LEMA

RIOBAMBA – ECUADOR

2019

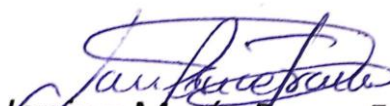
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación, ha sido desarrollado por la Srta. ROSA BALVINA LOJA LEMA, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.



Eco. Adriana Margarita Morales Noriega

DIRECTORA TRIBUNAL



Eco. Janina María Ponce Franco

MIEMBRO TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, ROSA BALVINA LOJA LEMA, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son autorizados y únicos. Los textos utilizados en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 11 marzo de 2019



ROSA BALVINA LOJA LEMA
C.I: 0302313408

DEDICATORIA

Con amor, dedicación y esfuerzo el presente trabajo de investigación se lo dedico a Dios por haberme brindado salud, sabiduría y esperanza.

A mis padres Juan Manuel Loja Castro y Rosa Balvina Lema Lazo por regalarme su apoyo económico y moral en cada momento, por los valores que me han inculcado y hacer de mí una mejor persona; por tal motivo me comprometo a cumplir sus más grandes expectativas como hija y más aún como profesional, teniendo presente los principios y valores éticos.

Rosa Balvina Loja Lema

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por su bendición constante, me ha permitido cumplir mis sueños y cada éxito que he logrado ha sido gracias a su bendición.

Agradezco infinitamente a mis padres quienes son el motor principal de mi vida a mis hermanos por el ejemplo, la confianza que me brindan, por enseñarme a nunca rendirme aun en las peores situaciones.

Un honroso agradecimiento al Sr. Alcalde de Cantón Suscal Lic. Ángel María Guamán Tacuri por su colaboración, apoyo y sobre todo por facilitarme la información para el adecuado desarrollo de esta investigación.

Agradezco a mis profesores quienes formaron parte de mi carrera, por brindarme sus conocimientos, formarme día a día y compartir sus grandes experiencias y en especial a la directora Eco. Adriana Margarita Morales Noriega y a la Eco. Janina María Ponce Franco en calidad de miembro del trabajo de titulación ya que gracias a ellas el desarrollo de esta investigación es de calidad.

Agradezco a todos quienes hacen la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo principalmente a la Carrera de Administración de Empresas.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Pag.
RESUMEN	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	
1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.1.1 <i>Formulación del Problema</i>	4
1.1.2 <i>Delimitación del Problema</i>	4
1.2 Justificación	4
1.3 Objetivos	5
1.3.1 <i>Objetivo General</i>	5
1.3.2 <i>Objetivos Específicos</i>	5
CAPÍTULO II: MARCO CONCEPTUAL	
2.1 Antecedentes investigativos	7
2.2 Marco teórico	9
2.2.1 <i>Economía Popular y Solidaria</i>	9
2.2.2 <i>Formas de Organización de la Economía Popular y Solidaria</i>	11
2.2.3 <i>Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria</i>	12
2.2.3.1 <i>Empresas Asociativas Campesinas</i>	13
2.2.3.2 <i>Agroecología y Empresas Asociativas Campesinas</i>	14
2.2.4 <i>Factores de éxito de las Empresas Asociativas Campesinas</i>	14
2.2.5 <i>Entorno de las Empresas Asociativas Campesinas</i>	15
2.2.5.1 <i>Macro Entorno</i>	15
2.2.5.2 <i>Micro Entorno</i>	15
2.2.6 <i>Enfoque de Empresas Asociativas Campesinas</i>	16
2.2.7 <i>Proyecto</i>	16
2.2.7.1 <i>Clasificación de los Proyectos</i>	16
2.2.8 <i>Factibilidad</i>	19
2.2.8.1 <i>Objetivos que Determinan la Factibilidad</i>	19
2.2.8.2 <i>Estructura del Estudio de Factibilidad.</i>	21
2.2.9 <i>Estudio de Mercado</i>	21
2.2.9.1 <i>Etapas de un Estudio de Mercado</i>	22

2.2.9.2	<i>La Demanda</i>	22
2.2.9.3	<i>La Oferta</i>	22
2.2.9.4	<i>Análisis de los Precios</i>	23
2.2.10	<i>Estudio Técnico</i>	24
2.2.10.1	<i>Tamaño Óptimo del Proyecto</i>	24
2.2.11	<i>Estudio Administrativo</i>	24
2.2.11.1	<i>Organigrama de la Empresa</i>	25
2.2.12	<i>Estudio Ambiental</i>	25
2.2.13	<i>Estudio Económico-Financiero</i>	26
2.2.14	<i>Punto de Equilibrio</i>	27
2.3	Marco conceptual	27
2.3.1	<i>Agropecuario:</i>	27
2.3.2	<i>Análisis Comercial:</i>	27
2.3.3	<i>Análisis de los Proveedores:</i>	27
2.3.4	<i>Asociación:</i>	28
2.3.5	<i>Balance General:</i>	28
2.3.6	<i>Calidad y Productividad:</i>	28
2.3.7	<i>Comunidad:</i>	28
2.3.8	<i>Consumidor:</i>	28
2.3.9	<i>Descripción de Cargos:</i>	28
2.3.10	<i>Distribución en Planta:</i>	29
2.3.11	<i>Estructura Organizacional:</i>	29
2.3.12	<i>Estado de Pérdidas y Ganancias:</i>	29
2.3.13	<i>Función Comercial:</i>	29
2.3.14	<i>Metodología:</i>	29
2.4	Idea a defender	29
2.5	Variables	30
2.5.1	<i>Variable Independiente</i>	30
2.5.2	<i>Variable Dependiente</i>	30

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1	Modalidad de la investigación	31
3.2	Tipos de Investigación	31
3.3	Métodos, técnicas e instrumentos	32
3.4	Población y muestra	33
3.5	Análisis de resultados	35

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1	Tema	53
4.2	Estudio de Mercado	53
4.2.1	<i>Análisis de la Demanda.....</i>	53
4.2.1.1	<i>Demanda Actual de los Productos</i>	53
4.2.2	<i>Análisis de la Oferta</i>	54
4.2.2.1	<i>Oferta Actual del Producto</i>	54
4.2.2.2	<i>Proyección de la Oferta</i>	56
4.2.3	<i>Demanda Insatisfecha</i>	59
4.3	Estructura organizacional	61
4.3.1	<i>Aspecto Legal de la Microempresa</i>	61
4.3.1.1	<i>Registro Único de Contribuyentes RUC.....</i>	61
4.3.1.2	<i>Patente Municipal</i>	61
4.3.1.3	<i>Certificado de Salud.....</i>	62
4.3.1.4	<i>Permiso de Bomberos.</i>	62
4.3.2	<i>Organización de la Microempresa.</i>	62
4.3.2.1	<i>La Empresa.</i>	62
4.3.3	<i>Nombre, Logotipo, Misión, Visión, Valores y Políticas de la Empresa.....</i>	63
4.3.3.1	<i>Nombre de la Empresa.....</i>	63
4.3.3.2	<i>Logotipo.....</i>	63
4.3.4	<i>Filosofía Corporativa</i>	63
4.3.4.1	<i>Misión</i>	63
4.3.4.2	<i>Visión.</i>	64
4.3.4.3	<i>Políticas</i>	64
4.3.4.4	<i>Valores Corporativos.</i>	64
4.3.4.5	<i>Reglamentos.....</i>	65
4.3.5	<i>Objetivos.</i>	66
4.3.5.1	<i>Objetivo General.....</i>	66
4.3.5.2	<i>Objetivos Específicos</i>	66
4.3.6	<i>Orgánico Estructural.....</i>	67
4.3.7	<i>Orgánico Funcional.....</i>	67
4.3.7.1	<i>Asamblea.....</i>	67
4.3.7.2	<i>Presidente</i>	68
4.3.7.3	<i>Gerente</i>	68
4.3.7.4	<i>Contador y Auxiliar</i>	69
4.3.7.5	<i>Bodeguero.....</i>	70
4.3.7.6	<i>Jefe de Producción.....</i>	70

4.3.7.7	<i>Vendedor</i>	70
4.3.7.8	<i>Secretaria</i>	71
4.3.8	Determinación del Precio de los Productos	71
4.4	Estudio del Marketing	72
4.4.1	Comercialización	72
4.4.1.1	<i>Promoción y Publicidad</i>	72
4.5	Estudio Técnico	73
4.5.1	Tamaño del Proyecto	73
4.5.1.1	<i>Mercado</i>	73
4.5.1.2	<i>Disponibilidad de Recursos Económicos</i>	73
4.5.1.3	<i>Disponibilidad de Mano de Obra</i>	73
4.5.1.4	<i>Disponibilidad de Mercadería</i>	73
4.5.1.5	<i>Capacidad de Venta</i>	74
4.5.2	Localización del Proyecto	76
4.5.2.1	<i>Macro Localización</i>	76
4.5.2.2	<i>Mapa de Macro Localización</i>	77
4.5.2.3	<i>Micro Localización</i>	77
4.5.2.4	<i>Medios de Transporte</i>	77
4.5.2.5	<i>Disponibilidad de Mano de Obra</i>	78
4.5.2.6	<i>Cercanía de Abastecimiento a Mercadería</i>	78
4.5.2.7	<i>Infraestructura</i>	78
4.5.2.8	<i>Cercanía al Mercado</i>	78
4.5.2.9	<i>Ambiente</i>	78
4.5.3	Ingeniería del Proyecto	79
4.5.3.1	<i>Flujograma del Proceso Interno de la Empresa Asociativa “Hortacalid”</i>	79
4.5.3.2	<i>Procesos de Abastecimiento de la Mercadería</i>	80
4.5.3.3	<i>Tecnología</i>	81
4.5.3.4	<i>Obras Civiles</i>	81
4.5.3.5	<i>Diseños de la Instalación de la Planta</i>	81
4.6	Estudio Económico Financiero	82
4.6.1	Inversión Fija	82
4.6.2	Inversión Diferida	83
4.6.3	Capital de Trabajo	83
4.6.4	Resumen de la Inversión	84
4.6.5	Financiamiento	84
4.6.6	Costos de Producción	85
4.6.7	Gastos Administrativos	86

4.6.8	Gastos de Ventas	86
4.6.9	Gastos Financieros	87
4.6.10	Ingresos	87
4.7	Evaluación Económica Financiera.....	88
4.7.1	Estado de Resultados	88
4.7.2	Balance General	89
4.7.3	Flujo Neto del Efectivo.....	89
4.7.4	Punto de Equilibrio.....	90
4.7.5	Valor Actual Neto	96
4.7.6	Tasa Interna de Retorno.....	96
4.7.7	Periodo de Recuperación de la Inversión	97
4.7.8	Relación Beneficio Costo	98
4.8	Estudio de Impactos Ambiental	99
4.8.1	Criterios de Evaluación	99
4.8.2	Nivel de significancia del aspecto ambiental	100
4.8.3	Análisis de evaluación de impacto ambiental.....	100
4.8.4	Matriz de Impacto Ambiental.....	101
4.8.5	Principales Recursos Naturales Asociados a la Actividad del Proyecto	103
CONCLUSIONES.....		105
RECOMENDACIONES		106
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3:	Precio de los productos.....	44
Tabla 1-4:	Proyección de la demanda	54
Tabla 2-4:	Oferta actual de los productos	54
Tabla 3-4:	Oferta Proyectada	57
Tabla 4-4:	Demanda Insatisfecha.....	59
Tabla 5-4:	Precio de compra y venta.....	72
Tabla 6-4:	Demanda a cubrir	74
Tabla 7-4:	Inversión fija.....	82
Tabla 8-4:	Inversión diferida.....	83
Tabla 9-4:	Capital de trabajo.....	83
Tabla 10-4:	Resumen de la inversión.....	84
Tabla 11-4:	Financiamiento	84
Tabla 12-4:	Tabla de amortización del préstamo	85
Tabla 13-4:	Costos de producción.....	86
Tabla 14-4:	Gastos administrativos.....	86
Tabla 15-4:	Gastos de ventas	87
Tabla 16-4:	Gastos financieros	87
Tabla 17-4:	Precio.....	87
Tabla 18-4:	Ingresos	88
Tabla 19-4:	Estado de resultados	88
Tabla 20-4:	Balance general	89
Tabla. 21-4:	Flujo neto del efectivo	90
Tabla 22-4:	Punto de equilibrio año 1	91
Tabla. 23-4:	Unto de equilibrio año 2	92
Tabla 24-4:	Punto de equilibrio año 3	93
Tabla 25-4:	Punto de equilibrio año 4.....	94
Tabla 26-4:	Punto de equilibrio año 5.....	95
Tabla 27-4:	Tasa de descuento	96
Tabla 28-4:	Valor actual neto.....	96
Tabla 29-4:	Periodo de recuperación de la inversión	97
Tabla 30-4:	Relación beneficio Costo	98
Tabla 31-4:	Parámetros de evaluación.	99
Tabla 32-4:	Valoración de la Significancia del Aspecto Ambiental.....	100
Tabla 33-4:	Matriz de Impacto Ambiental	101
Tabla 34-4:	Principales Recursos Naturales Asociados al Proyecto.....	103

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-2:	Estudio financiero del proyecto	26
Gráfico 1-3:	Sexo del encuestado	35
Gráfico 2-3:	Nivel de formación académica	36
Gráfico 3-3:	Dedicación actividad agrícola	37
Gráfico 4-3:	Productos que cultiva	38
Gráfico. 5-3:	Razón de cultivo de productos.....	39
Gráfico 6-3:	Tipo de terreno	40
Gráfico 7-3:	Método utilizado para la producción de los cultivos.....	41
Gráfico 8-3:	Quintales obtiene del cultivo	42
Gráfico 9-3:	Sector de venta de cultivos	43
Gráfico 10-3:	Destino de la producción no vendida.....	45
Gráfico 11-3:	Mayor inconveniente para el traslado de la producción.....	46
Gráfico 12-4:	Asesoramiento técnico.....	47
Gráfico 13-3:	Aceptación de una empresa asociativa	48
Gráfico 14-3:	Significado de una empresa asociativa	49
Gráfico 15-3:	Participación en una empresa asociativa.....	50
Gráfico 16-3:	Razones para formar parte de una empresa asociativa.....	51
Gráfico1-4:	Logotipo	63
Gráfico 2-4:	Punto de equilibrio año 1	91
Gráfico 3-4:	Punto de equilibrio año 2.....	92
Gráfico 4-4:	Punto de equilibrio año 3.....	93
Gráfico 5-4:	Punto de equilibrio año 4.....	94
Gráfico 6-4:	Punto de equilibrio año 5.....	95

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-4:	Mapa de la Provincia de Cañar	77
Ilustración 2-4:	Micro localización	77
Ilustración 3-4:	Planta general centro de acopio área 722m2	82

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A:	Foto de encuesta
Anexo B:	Foto de investigación al productor
Anexo C:	Maquinaria y equipo
Anexo D:	Construcción de las Instalaciones y de la Planta
Anexo E:	Maquinarias y equipos de operación
Anexo F:	Muebles y equipos de oficina
Anexo G:	Equipos de computación
Anexo H:	Costos Indirectos de Operación

RESUMEN

La presente investigación tiene por objetivo realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa asociativa para la comercialización de hortalizas orgánicas, en el GAD Municipal del Cantón Suscal, de la provincia del Cañar, para ver la viabilidad de creación de un centro de acopio para la comercialización de los productos agrícolas, los mismos que pretenden eliminar la cadena de intermediarios y se pague un precio justo. Para el presente estudio se aplicó herramientas guía como la utilización de encuestas realizadas a los productores de hortalizas. Los hallazgos encontrados en la investigación demostraron que el cantón Suscal es el lugar adecuado para la instalación y creación de la empresa asociativa “Hortacalid”, por sus condiciones geográficas, además el estudio de impactos demostró que el proyecto está en un nivel positivo, por lo tanto, es aceptable la realización del mismo. Se determinó la viabilidad del proyecto con resultados positivos de los principales indicadores, con la evaluación financiera se obtuvo un VAN de \$ 37564,58 un TIR de 24%, con un retorno de la inversión en 4 años 7 meses. Se recomienda, ejecutar el proyecto ya que mediante los estudios correspondientes tanto el económico como el financiero arrojaron valores positivos generando rentabilidad y de esta manera se podrá contribuir con el desarrollo económico del sector.

PALABRAS CLAVE: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>
<ADMINISTRACIÓN>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <ESTUDIO DE MERCADO>,
<TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)> <SUSCAL (CANTÓN)>



.....

Eco. Adriana Margarita Morales Noriega

DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

ABSTRACT

The present investigation aims to carry out a feasibility study for the creation of an associative company for the commercialization of organic vegetable, in the GAD Municipal of the Suscal Canton, in the province of Cañar, to determine the feasibility of creating a collection centre for the commercialization of agricultural products, in order to eliminate the chain of intermediates and pay a fair price. For the present study, guiding tools were applied, such as the use of surveys applied to vegetable cultivators. The findings obtained in the investigation showed that the canton Suscal is the right place for the installation and creation of the associative company “Hortacalid”, due to its geographical conditions; in addition, the impact study showed that the project is on a positive level, therefore, the realization of it is suitable. The viability of the project was determined with positive results of the main indicators, with the financial evaluation a NPV of \$37,564.58 and an IRR of 24% were obtained, with a return on investment in 4 years 7 months. It is recommended to execute the project because through the corresponding studies, both the economic and the financial ones have yielded positive values generating profitability and in this way it will be possible to contribute to the economic development of the sector.

Keywords: Economic and Administrative Sciences, Administration, Feasibility Study, Market Study, Internal Rate of Return (IRR), Suscal (Canton).



INTRODUCCIÓN

La producción agrícola a nivel mundial es considerada un factor importante en el crecimiento económico de los países, ya que además de proporcionar riqueza son una fuente importante de trabajo para los ciudadanos, y es parte de la seguridad alimentaria de los pueblos, proveyendo los alimentos necesarios para la población, por lo que, al mejorar y diseñar estrategias de producción y comercialización, es importante para los agricultores.

El Ecuador se caracteriza por tener una gran producción agrícola, al contar con una muy variada gama de productos, por contar con diferentes zonas climáticas que contribuye en dicha producción, además de amplias zonas de terreno aptos para el desarrollo de plantas de diferentes tipos, verduras o árboles frutales, entre otras, que no solo se consumen en el país, sino que se exporta a otros países.

En este sentido, al fortalecer las estrategias de producción y comercialización, se puede contribuir al crecimiento del sector agrícola de la provincia del Cañar del Cantón Suscal, ya que cada vez existe mayor competencia, además de que los agricultores son víctimas de abusos en las que se les paga poco por sus productos, y cuando existe sobre producción pueden perder su producción por los bajos precios.

La comercialización de productos agrícolas ayuda a obtener beneficios económicos a los pequeños agricultores de hortalizas del cantón, ya que se eliminan los intermediarios de la cadena de consumo y de esta forma se logra la satisfacción de las necesidades agrícolas de los clientes al ofertarle productos frescos y en perfectas condiciones.

La creación de una empresa asociativa para la comercialización de hortalizas orgánicas, en el Cantón Suscal, de la Provincia del Cañar pretende convertirse en una organización que contribuya con la comercialización de hortalizas orgánicas de forma saludable para el cliente, cuando lo quieren comprar, y como lo quieren comprar, al mismo tiempo que ayuda a los agricultores con mejores precios, y mejora la comercialización de sus productos para así de esta manera poder brindar mejores alternativas a los consumidores, y asegurar una mejor fidelidad de los clientes.

El presente trabajo se ha desarrollado los siguientes capítulos que se detallan a continuación:

Capítulo I: Comprende el problema en el que se identifica el tema, planteamiento del problema, antecedentes del problema, formulación del problema, delimitación del problema, justificación, establecimiento de objetivos tanto general como específicos.

Capítulo II: También conocido como el marco teórico, consta de los antecedentes investigativos, marco conceptual, idea a defender, señalamiento de variables.

Capítulo III: Consiste en el Marco Metodológico, en la que se realiza el enfoque de la modalidad (Cualitativa o Cuantitativa), modalidad básica de la investigación, tipo de investigación, población y muestra, métodos, técnicas e instrumento, análisis de los resultados.

Capítulo IV: Siendo esta la última etapa del proyecto se presenta la propuesta, con su respectivo título, estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo, estudio económico financiero, conclusiones siendo viable dicho proyecto y así emitir recomendaciones a futuras investigaciones.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

El Ecuador es un país agrícola, que cuenta con una variada topografía, y climas, que contribuye en la producción agrícola, convirtiéndose en una importante fuente de empleo en el país, además que cuenta con una variedad de productos del campo que es consumida por su población, y que también es exportado a Estados Unidos y Europa, entre otros, pero que al mismo tiempo atraviesa por algunos problemas que hacen difícil la subsistencia de dicha actividad productiva en el Ecuador.

Uno de esos problemas está dado por un deficiente sistema de comercialización, en la que los productos agrícolas tienen que pasar por una cadena de intermediarios que hacen que el producto se encarezca y al mismo tiempo se les pague precios reducidos a los agricultores que no les permite reinvertir en la actividad acarreando así bajos niveles de producción, que muchas veces se refleja en pérdidas económicas.

Otro de los problemas que atraviesa el sector es el inadecuado manejo de los productos que en el transcurso que lleva del productor al consumidor final, son maltratados, golpeados, y se echan a perder o llegan en condiciones no adecuados al consumidor, haciendo que pierdan valor, por lo que crear un mercado justo de comercialización de hortalizas frescas es necesario para los productores.

La salud y los hábitos de las personas en las últimas décadas también han ido cambiando, por lo que cada vez, es más apreciado los productos orgánicos, en la que se trata de eliminar al máximo la utilización de fertilizantes, feticidas, o semillas transgénicas, etc., y consumir productos sanos, cuidados orgánicamente, por lo que incentivar estas prácticas ha ido creciendo en el Ecuador y la provincia del Cañar.

En este sistema de comercialización los consumidores, las familias, amas de casa tienen que pagar más por dichos productos a causa del continuo apareamiento de los intermediarios, por lo que se hace necesario mejorar esta cadena de comercialización, en la que el productor pueda contar con un centro de acopio, que tenga procesos adecuados de manejo de los productos agrícolas, además que se cree una cadena de comercialización que permita a los consumidores comprar productos frescos y a precios adecuados.

1.1.1 *Formulación del Problema*

¿De qué manera el estudio de factibilidad de creación de una empresa asociativa para la comercialización de hortalizas orgánicas en el GAD municipal del cantón Suscal de la provincia del Cañar, aportará al mejoramiento económico local?

1.1.2 *Delimitación del Problema*

El siguiente trabajo de investigación se delimitará de acuerdo a los siguientes aspectos:

- **Campo:** Economía Social y Solidaria.
- **Área:** Periodo 2018.
- **Aspecto:** Creación de Empresa Asociativa.

ESPACIAL:

- **Provincia:** Cañar.
- **Cantón:** Suscal.

1.2 Justificación

La producción de hortalizas orgánicas es una actividad que proporciona ingresos adicionales a los productores, permitiendo el empleo de mano de obra familiar y garantizando un producto de calidad a los clientes y consumidores.

El presente trabajo de investigación conlleva a realizar un estudio de factibilidad de una empresa asociativa de hortalizas orgánicas de los productores del cantón Suscal de la provincia del Cañar, ya que, de su población, el 31.80% constituye la Población Económica Activa (PEA) los mismos que se dedican a la comercialización de productos agrícolas.

El establecimiento de una empresa asociativa busca mejorar la calidad de vida de los asociados implementando una asistencia técnica por parte del GAD del cantón Suscal, con lo cual se eliminaría la cadena de comercialización a intermediarios, regularizando los precios y generando estabilidad laboral; mediante la implementación de una tecnología sostenible con el

ambiente y de esta manera ofrecer al consumidor un producto que cumpla con los lineamientos de calidad establecidos por organismos de control (INEN).

Todas las acciones que se ejecutan, conlleva al empoderamiento y al desarrollo de las capacidades de los productores mediante el apoyo del GAD municipal del cantón Suscal, la población logrará generar utilidad en un tiempo determinado y por lo tanto habrá una sostenibilidad, la misma que aportará en el desarrollo de la matriz productiva del cantón y de todo el Ecuador.

Para este proyecto se toma en cuenta la calidad, el peso y el tamaño del producto para su comercialización, mediante el cumplimiento de los estándares de calidad que exige el consumidor. Es necesario mencionar que este proceso se realizará de forma manual (tradicionalmente) debido a que, al momento de utilizar tecnología, ocasiona que el producto se golpee y esto altere su sabor y su durabilidad en el empaquetado al momento de su comercialización.

Esta investigación se sustenta en fundamentos teóricos y prácticos de diferentes autores que han demostrado sus avances en el tema, los cuales coinciden en la exploración de un nuevo campo de investigación, el mismo que aporta a la creación de fuentes de empleo, lo cual permitirá la mejora de la situación económica de los agricultores participantes del proyecto.

La investigación enmarca técnicas para organizar, dirigir, controlar y revisar los procesos tanto administrativos como de producción y comercialización, dando como resultado un efecto positivo en la organización.

1.3 Objetivos

1.3.1 *Objetivo General*

Determinar la factibilidad de la creación de una empresa asociativa para los productores de hortalizas impulsado por el GAD municipal del cantón Suscal de la provincia del Cañar permitiendo la mejora de la economía local.

1.3.2 *Objetivos Específicos*

Diagnosticar la situación actual de los productores de hortalizas del cantón Suscal para conocer la problemática existente, mediante la aplicación de una encuesta a los productores.

Realizar el estudio de mercado que permita identificar el número de demandantes agrícolas, a través de un análisis del sector.

Determinar la viabilidad técnica, financiera y organizacional con enfoque asociativo que respalde la creación de una empresa asociativa, mediante el estudio del cantón y el mercado respectivo.

CAPÍTULO II: MARCO CONCEPTUAL

2.1 Antecedentes investigativos

Como antecedentes para la realización de la presente investigación, de creación de empresas asociativas, existen ya algunos trabajos investigativos previos.

(Cuzco, C & Suárez, G., 2017, pág. 145), en su tema: “Diseño de la empresa asociativa para la producción y comercialización del cuy, en el marco del convenio de capacitación y asistencia técnica entre el GAD-P. Tungurahua y GAD municipal del cantón mocha, 2017.”

Dicho trabajo tiene como objetivo general:

Determinar la factibilidad de la creación de una empresa asociativa para los productores de cuy del cantón Mocha.

En sus conclusiones se menciona las siguientes:

Una vez realizados los estudios tanto de mercado, técnico, legal, financiero y de acuerdo a los resultados obtenidos en cada uno de ellos se concluye que el proyecto es viable y rentable, justificándose así su ejecución.

La producción de cuy es una alternativa viable, mediante el estudio de mercado se determinó una demanda insatisfecha de 143528 kilogramos de carne de cuy, este dato permitió determinar que este producto se puede introducir al mercado y que la creación de la empresa es factible, beneficiando a los productores de cuy del cantón Mocha.

La ejecución del proyecto está basada en la capacitación técnica dirigida a los productores como también en la implementación de tecnología de punta para el proceso de faenamiento, esto permite ofertar productos de calidad lo que servirá como referente de marca en el mercado.

El proyecto al ser viable, sostenible y rentable dando como resultado un VAN \$ 167.076,58, TIR 49% PRI 3 años 10 meses positiva, no tendrá efectos negativos en el sector, por lo contrario, con este proyecto se pretende promover y contribuir al desarrollo de la comunidad, generando empleo para las familias del cantón.

Según (Toapana, E., 2016, pág. 126) en su tema de investigación: “Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio de red lechera comercializadora de lácteos para los productores agropecuarios de leche del cantón Tisaleo, provincia de Tungurahua”.

El objetivo General de la investigación es:

“Determinar si es factible la creación de un centro de acopio de red lechera para los productores agropecuarios de leche del cantón Tisaleo”

En sus conclusiones menciona:

La producción lechera es una alternativa viable por tal motivo se realiza un estudio de factibilidad lo cual ayuda a disminuir la migración de los campesinos a las grandes ciudades, además con la creación de esta empresa se estarán creando fuentes de trabajo, acciones que le traen al cantón grandes beneficios.

Para reducir la pobreza de los campesinos agrícolas del cantón Tisaleo a las diferentes ciudades, la empresa deberá establecer un precio acorde al costo de producción y además capacitar a los socios debido a que la producción de leche es una actividad que requiere del cumplimiento estricto de las normas de manejo y producción con la finalidad de obtener materia prima de calidad.

Se puede concluir que el presente estudio se conoció paso a paso los procesos idóneos para realizar el estudio de mercado que permitió identificar la factibilidad y viabilidad del proyecto.

En el presente estudio de factibilidad nos muestra la oferta y demanda, demanda insatisfecha, capacidad y tamaño de la planta de 75% proporcionará el volumen de producción, la viabilidad del proyecto, se considera tres criterios de evaluación financiera, que tomando en cuenta el valor del dinero a través del tiempo; El Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y Relación Beneficio Costo.

Según (Colcha, J., 2017, pág.163) en su trabajo de titulación: “Plan de negocios de la asociación de productores de guarango y frutales, para mejorar el desempeño de la organización, 2017 – 2020.”

En sus conclusiones se menciona:

Realizar un diagnóstico socio empresarial de la organización de productores de Guarango y frutales, identificando sus potenciales productivos y de gestión con el propósito de sustentar el diseño y aplicación el plan de negocios.

Aplicar la metodología de investigación relacionada con el sector de la economía social y solidaria.

Diseñar el Plan de Negocios para la Asociación de Productores de Guarango y Frutales en base al estudio de factibilidad. Marco teórico.

2.2 Marco teórico

2.2.1 *Economía Popular y Solidaria*

La economía solidaria tiene sus raíces en Europa en el siglo XIX cuando la economía de mercado no lograba la armonía social, se planteó el asociacionismo de la clase obrera como alternativa para el desarrollo y mejora de las condiciones de vida de la población, basándose en principios de solidaridad (Da Ros, 2001).

La economía social se distingue del sector privado y del sector público e incluye a las cooperativas, fundaciones, las cooperativas de ahorro y crédito, mutualidades, organizaciones no gubernamentales, el sector voluntario, las organizaciones benéficas y las empresas sociales (Centro Canadiense de la Economía Social, 2005: 12).

José Luis Coraggio la define como: Una propuesta tradicional de prácticas económicas de acción transformadora, conscientes de la sociedad que quieren generar desde el interior de la economía mixta actual, en dirección de la economía, otro sistema socioeconómico, organizado por el principio de la producción de la reproducción ampliada de la vida de todos los ciudadanos-trabajadores, en contraposición con el principio de la acumulación del capital (que requirió e instituyó como “naturales” instituciones tales como la propiedad privada y la cosificación y la mercantilización de la fuerza de trabajo, la tierra y del dinero, procesos que deberían ser al menos resignificados) (Coraggio, 2011:43).

La economía popular y solidaria puede ser entendida como aquel conjunto de prácticas de producción, comercialización, consumo y crédito que buscan la satisfacción de necesidades y el

desarrollo integral del ser humano y de la comunidad, las mismas que se fundamentan en valores de cooperación, solidaridad, democracia, igualdad y sostenibilidad; es decir se busca una producción cooperativa, una comercialización justa, un consumo responsable y unas finanzas éticas.

De acuerdo a la Súper Intendencia de Economía Popular y Solidaria, ‘La economía popular y solidaria es la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos’.

Esta forma de organización se basa en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

Las experiencias de economía popular y solidaria retoman las prácticas de cooperativismo, mutualismo, solidaridad, entre otros. La economía solidaria es un movimiento cooperativo, asociativo que presenta un dinamismo propio. Su desarrollo pasa por la construcción de una identidad en la que los valores de solidaridad y la voluntad de ser portador de un nuevo modelo de organización social se colocan como elementos significativos (Sarria, 2002).

Lo que se busca con la economía solidaria es promover los principios de cooperación y solidaridad en todos los medios de producción y procesos que existen en la cadena productiva.

La economía popular y solidaria “no es un sector de la economía, sino un enfoque transversal que incluye iniciativas en todos los sectores de la actividad económica” (Orellana, 2007).

Por su parte, (Coraggio, 2011), en su estudio “Economía popular y social y Solidaria: El Trabajo antes que el Capital” (2011), expone que la economía popular y solidaria puede presentar dos significados principalmente, el primero de ellos es que “es un sistema económico cuyo funcionamiento asegura la base material integrada a una sociedad justa y equilibrada” o también se puede entender como “un proyecto de acción colectiva (incluyendo prácticas estratégicas de transformación y cotidianas de reproducción) dirigido a contrarrestar las tendencias socialmente negativas del sistema existente con la perspectiva de construir un sistema económico alternativo”.

2.2.2 Formas de Organización de la Economía Popular y Solidaria

La Constitución del Ecuador de 2008 da algunas respuestas para confrontar los problemas advertidos. Desde el lado de la desigualdad en la área económica, aparte de los temas redistributivos y las políticas sociales y redistributivas se define al sistema económico ecuatoriano como un sistema social y solidario centrado en el ser humano como sujeto, que “propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objeto garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir”. (Asamblea nacional del Ecuador, 2008). Por otra parte, la Constitución visibiliza y norma por primera vez en el nivel constitucional sobre los actores de la economía popular y solidaria. Establece cuatro formas de organización económica: pública, privada (empresarial), mixta y popular y solidaria. (Sanchez J, 2014).

El sistema económico social y solidario, la economía popular y el desafío de las políticas públicas. Es usual utilizarla denominación de Economía Solidaria para la promoción de actividades económicas asociativas auto gestionadas por los propios trabajadores a fin de integrarse al sistema económico que los excluyó. Por agregación y encadenamientos, los emprendimientos populares y solidarios pueden ir constituyendo un sector orgánico de peso creciente en la economía, capaz de moderar los efectos de la insuficiencia dinámica del modelo productivo y disputar la hegemonía de las formas capitalistas, su paradigma empresarial y sus valores. (Mira A, 2016).

La Constitución del Ecuador va mucho más allá de eso: es el sistema económico en su conjunto, con sus sectores de economía popular, empresarial capitalista y pública el que tiene que ser socialmente orientado hacia la producción de las bases materiales que hacen posible el Buen Vivir y desarrollar la corresponsabilidad de todos por la libertad de opciones de buena vida de todos. En ese sentido, es claro que la economía solidaria no se limita a las formas asociativas populares, sino que incluye las formas públicas (aplicación del principio de redistribución y reciprocidad normativa, como en el seguro social o los bienes públicos gratuitos) y formas de solidaridad asimétrica propias de la filantropía empresarial o de otras organizaciones de la sociedad civil (Boza J & Feijóo M, 2013).

(Orrego, 2005). Uno de los principales autores que habla sobre la gestión que presentan los organismos de economía solidaria, como son las cooperativas, es Ricardo Dávila quien propone el paradigma básico de gestión estratégica, el cual se sustenta en la mutualidad, la autonomía y la confianza. Se puede decir que éste modelo de gestión se dirige a la formulación, evaluación, seguimiento y control de planes, proyectos y programas, tendientes a mejorar la calidad de vida

de los asociados y de las comunidades en las cuales las organizaciones de economía solidaria prestan sus servicios. (Ruiz E, 2015).

En la perspectiva de especialización productiva, existen algunas directrices. La Constitución claramente establece que se debe favorecer sobre todo la soberanía alimentaria y energética, y propiciar la incorporación de valor agregado con máxima eficiencia dentro de los límites biofísicos de la naturaleza y el respeto a la vida y las culturas. En los aspectos comerciales, se plantea la necesidad de fortalecer el mercado interno y la producción nacional, e impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial. (Sanchez J, 2014).

2.2.3 Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

De acuerdo a la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria en el Art. 8 Integran la Economía Popular y Solidaria las organizaciones conformadas en los Sectores Comunitarios, Asociativos y Cooperativistas, así como también las Unidades Económicas Populares.

Art. 9 LOEPS: Personalidad Jurídica. - Las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria se constituirán como personas jurídicas, previo el cumplimiento de los requisitos que contemplará el Reglamento de la presente Ley. Estructura de acuerdo a la ley orgánica de economía popular y solidaria:

En las organizaciones Asociativas constará en su estatuto social de:

- Órgano de gobierno
- Órgano de directivo
- Órgano de control interno
- Administradores

Todos los elegidos serán por mayoría absoluta, y estarán sujetos a rendición de cuentas y revocatoria de mandato.

En las asociaciones comunitarias constarán de:

- Sistema de gobierno, control interno y representación que mejor convenga a sus costumbres, prácticas y necesidades.
- Modelo de desarrollo económico endógeno desde su propia conceptualización y visión.

En lo que concierne a la Ley de Desarrollo Agrario se cita por completo el capítulo completo de la ley con respecto al capítulo, de la organización empresarial campesina para la producción agropecuaria:

Artículo 32. Organización Empresarial Campesina. Es deber fundamental del Gobierno Nacional promover las organizaciones empresariales campesinas de producción agropecuaria, para el mejoramiento integral del campesino como beneficiario preferencial de su acción directa.

La Economía Popular y Solidaria fue creada como una ayuda a los pequeños productores, buscando que mejoren su condición de vida, promoviendo la asociación de grupos productivos, el cooperativismo, por lo que es importante el su desarrollo.

2.2.3.1 Empresas Asociativas Campesinas

El origen de las Empresas Asociativas Campesinas (EAC) se atribuye a la necesidad de agrupar a individuos capaces de producir un bien similar, con el objeto de explotar cada una de sus capacidades y habilidades. (Casadio A. 2010).

La respuesta fue determinar una estrategia para incentivar a organizarse a los pequeños agricultores. Así, surgió gradualmente un nuevo enfoque. Los pequeños agricultores tendrían que mejorar los sistemas de producción, estableciendo nuevas acciones, rentables, y buscando nuevos nichos de mercado, eliminando los productos tradicionales (EAC) (Berdegú, G. 2012).

Para lograr los fines y objetivos de la reforma agraria la Empresa Asociativa Campesina ofreció lo siguiente:

- Una planificación orgánica de la producción para su adelanto.
- La disminución de costos de producción por economía de escala.
- El fomento a la organización para la participación campesina para la toma decisiones, permitiéndole la integración comunitaria y el desarrollo regional.
- El potenciamiento del espíritu de solidaridad en las relaciones humanas estableciendo un nuevo sistema de valores.

2.2.3.2 Agroecología y Empresas Asociativas Campesinas

La agroecología tiene como principio esencial que las técnicas sean eficientes, sostenibles y con oportunidad cultural, lo que significa que la dimensión cultural de la producción debe representar un elemento trascendente para incrementar y proyectar los sistemas campesinos en cada territorio, convirtiendo la identidad cultural en una dimensión económica que crece las potencialidades de la producción agroecológica campesina. (Cuzco, C & Suárez, G., 2017).

En la actualidad, existe un conjunto de iniciativas campesinas legalizadas bajo el estatuto que tiene particularidades importantes, en la protegen la producción agrícola generada en sistemas agroecológicos de alta diversidad y sobre sale las prácticas agrícolas ingeniosas, donde el conocimiento habitual es un mecanismo de trabajo. (Venegas, 2011).

2.2.4 Factores de éxito de las Empresas Asociativas Campesinas

Según (Magnazo, C & Orchansky, C, 2007) indica. Para que las Empresas Asociativas Campesinas puedan asegurar su sostenibilidad en el largo plazo hay ciertos principios que al ser definidos pueden mejorar la gestión de recursos de propiedad común, esto son:

- a) Reglas claras en cuanto a la definición de los beneficios y provisión de costos y que estos guarden coherencia con las realidades locales.
- b) Definir metodologías de participación de quienes están en la organización para la toma de decisiones y el control social de la gestión.
- c) Límites claramente definidos en cuanto a la visión, objetivos, estructura organizacional y las competencias. De tal manera que la operatividad cumpla con su objetivo.
- d) Se deben implementar mecanismos internos que no sean costosos para la resolución de conflictos internos y externos; así como para la negociación y relacionamiento interinstitucional local y nacional.

El apoyo estatal para los créditos necesarios para este tipo de emprendimientos con condiciones de pago ajustadas a las realidades locales es un factor fundamental para el éxito de las Empresas Asociativas Campesinas.

2.2.5 Entorno de las Empresas Asociativas Campesinas

Como redacta en su trabajo de titulación Rosa Loja. (Colcha, J., 2017) Una empresa asociativa campesina tiene que realizar una investigación metodológica del mercado y su entorno para poder determinar el giro de su negocio, su marco estratégico y las ventajas comparativas que le permitirán sostenerse en el largo plazo.

Es importante tomar en cuenta que ahora los mercados son heterogéneos; no hay un solo mercado. Para analizar sus diferencias y para considerar el desarrollo de estrategias para acceder a ellos, se pueden hacer clasificaciones según diferentes criterios:

- Según las cantidades que se transan: mayoristas y minoristas.
- Según la función que cumplen dentro de la cadena de producción consumo: de acopio, o de origen y de recepción, o de destino.
- Según el destino: locales, nacionales, regionales e internacionales. (Colcha, J., 2017)

2.2.5.1 Macro Entorno.

El macro entorno está constituido por los factores demográficos, económicos, tecnológicos, políticos, legales, sociales, culturales y medioambientales que afectan al entorno de la empresa. Establece las fuerzas externas y que no son controlables por la Empresa (Torreblanca, 2014).

2.2.5.2 Micro Entorno.

El micro entorno está referido a aquellos factores que son en parte controlables por parte de la empresa (gran diferencia con el macro entorno, en el que la empresa no puede controlar sus variables).

Los factores fundamentales que componen el micro entorno son:

- **Proveedores**, con quienes mantenemos cierto poder de negociación a la hora de determinar precios, modos de envío de mercancía, calidades y otras variables que inciden en el proceso de relación con los mismos.
- **Competidores directos**, con quienes podemos medir el grado de intensidad de la rivalidad que mantenemos con ellos en el ámbito comercial.

- **Clientes**, con quienes podemos establecer las relaciones que mejor se adapten a ambas partes y con los que negociaremos todos los términos comerciales para mantener una relación sólida y duradera que nos aporte valor.

2.2.6 Enfoque de Empresas Asociativas Campesinas

“Es una organización económica legalmente constituida, conformada mayoritariamente de pequeños productores rurales que ha conseguido resultados económicos favorables para sus miembros, a nivel de ingresos, de servicios u otros; cuenta con una estructura de gestión profesionalizada y al menos 5 años de existencia” (Carrillo, 2010).

Además, una empresa o negocio campesino, normalmente no es un fin en sí, es un medio para generar impacto en la economía de los pequeños productores.

“La Empresa Comunitaria Campesina se ha considerado como una alternativa en la constitución de la nueva estructura agraria, objetivo hacia el cual debe llegar una política de reforma agraria que trate de organizar y consolidar una sociedad basada en un nuevo orden jurídico, económico, social y político” (GALAT, 2007). De ahí la importancia del trabajo a través de organizaciones comunitarias.

2.2.7 Proyecto

Un proyecto, es la búsqueda a una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana. En este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura. etc. (Urbina, 2010).

2.2.7.1 Clasificación de los Proyectos

Según la coautora (Colcha, J., 2017) Existen tipos de proyectos, cada uno se dirige a solucionar determinadas barreras de desarrollo, y tiene costos y beneficios específicos asociados, así:

a) De acuerdo a su naturaleza, los proyectos pueden ser:

- Dependientes, son los proyectos que para ser realizados requieren que se haga otra inversión, es decir se habla de proyectos complementarios y se seleccionan en conjunto.

- Independientes, son los proyectos que se pueden realizar sin depender ni afectar ni ser afectados por otros.
- Mutuamente excluyentes, son proyectos operacionales donde aceptar uno impide que no se haga el otro, o lo hace innecesario. Por ejemplo, adoptar el sistema de siembra directa hace necesaria la inversión en maquinaria tradicional. (Colcha, J., 2017).

b) De acuerdo al área que pertenece, los proyectos pueden catalogarse en cinco tipos básicos:

- Productivos: los que utilizan recursos para producir bienes orientados al consumo intermedio o final (proyectos de producción agrícola, ganadera, forestal, etc.)
- De infraestructura económica: los que generan obras que facilitan el desarrollo de futuras actividades (v: g., caminos, diques, canales de riego, electrificación y telefonía, etc.)
- De infraestructura social: los que se dirigen a solucionar limitantes que afectan el rendimiento de la mano de obra, tales como deficiencias en educación, salud, provisión de agua potable, y para riego, telefonía, etc.
- De regulación y fortalecimiento de mercados: son los proyectos que apuntan a clasificar y normalizar las reglas de juego de los mercados o a fortalecer el marco jurídico donde se desenvuelven las actividades productivas.
- De apoyo de base: aquellos dirigidos a apoyar a los proyectos de las tipologías anteriores. Son proyectos de asistencia, por ejemplo: capacitación, asistencia técnica, alfabetización, vacunación, tc., y estudios básicos para diagnóstico e identificación de proyectos. (Colcha, J., 2017).

c) De acuerdo al fin buscado, los proyectos pueden ser:

- Proyectos de inversión privada: en este caso el fin del proyecto es lograr una rentabilidad económica financiera, de tal modo que permita recuperar la inversión de capital puesta por la empresa o inversionistas diversos en la ejecución del proyecto.
- Proyectos de inversión pública: en este tipo de proyectos el Estado es el inversionista que coloca sus recursos para la ejecución del mismo. El estado tiene como fin el bienestar

social, de modo que la rentabilidad económica del proyectos no es sólo económica, sino también que el impacto genera en la mejora del bienestar social en el grupo beneficiado o en la zona de ejecución.

- Proyectos de inversión social: un proyecto social sigue el único fin de generar un impacto en el bienestar social. Gneralmente, en estos proyectos no se mide el retorno económico; es más importante medir la sostnibilidad futura del proyecyto, es decir, si los benficiarios pueden seguir generando beneficios a la sociedad, aún cuando acabe el período de ejecución del proyecto. (Colcha, J., 2017).

d) Una clasificaión de proyectos privados se puede establecer en función al impacto en la empresa:

- Creación de nuevas unidades de negocio o empresas: en este caso un proyecto se refiere a la creación de un nuevo producto o servicio. Estos proyectos típicos tienen flujos de ingresos y costos. Asimismo, tienen una inversión que permite iniciar la producción del nuevo bien o servicio, evaluándose la rentabilidad del producto.
- Cambios en las unidades de negocio existentes: en este tipo de proyectos no se crea ningún producto o servicio; simplemente se hacen cambios en las líneas de producción, ya sea por cambio de maquinaria antigua por maquinaria nueva o reduciendo equipos por tercerización de producción. (Colcha, J., 2017).

e) Según el sector de la economía al cual están dirigidos

Los Proyectos pueden ser:

- **Agropecuarios.** - Dirigidos al campo de la producción animal y vegetal; las actividades pesqueras y forestales; y los proyectos de riego, colonización, reforma agraria, extensión y crédito agrícola y ganadero, mecanización de faenas y abono sistemático.
- **Industriales.** - Comprenden los proyectos de la industria manufacturera, la industria extractiva y el procesamiento de los productos extractivos de la pesca, de la agricultura y de la actividad pecuaria.

- **De infraestructura social.** - Dirigidos a atender necesidades básicas en la población, tales como: Salud, Educación, Recreación, Turismo, Seguridad Social, Acueductos, Alcantarillados, Vivienda y Ordenamiento espacial urbano y rural.
- **De infraestructura económica.** - Se caracterizan por ser proyectos que proporcionan a la actividad económica ciertos insumos, bienes o servicios, de utilidad general, tales como: Energía eléctrica, Transporte y Comunicaciones. Incluyen los proyectos de construcción, ampliación y mantenimiento de carreteras, Ferrocarriles, Aeropuertos, Puertos y Navegación; Centrales eléctricas y sus líneas y redes de transmisión y distribución; Sistemas de telecomunicaciones y sistemas de información.
- **De servicios.** - Se caracterizan porque no producen bienes materiales. Prestan servicios de carácter personal, material o técnico, ya sea mediante el ejercicio profesional individual o a través de instituciones. Dentro de esta categoría se incluyen los proyectos de investigación tecnológica o científica, de comercialización de los productos de otras actividades y de servicios sociales, no incluidos en los proyectos de infraestructura social. (Urbina, 2010).

2.2.8 Factibilidad

Según Varela, “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”

Según el Diccionario de la Real Academia Española, el término factibilidad es la “cualidad o condición de factible”. Factible: “que se puede hacer”.

2.2.8.1 Objetivos que Determinan la Factibilidad

- ∞ Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- ∞ Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de los recursos no necesarios.
- ∞ Integración de todas las áreas y subsistemas.
- ∞ Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- ∞ Hacer un plan de servicios y comercialización.
- ∞ Aceleración en la recopilación de los datos.
- ∞ Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de las tareas.

- ∞ Automatización óptima de procedimientos manuales.
- ∞ Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos señalados.
- ∞ Saber si es posible producir con ganancias.
- ∞ Conocer si la gente comprará el producto/servicio.

En la fase de pre-inversión, la etapa subsiguiente es el diseño final del proyecto, tomando en cuenta los insumos de un proceso siendo un conjunto de actividades planificadas que implican la participación de un número de personas y de recursos materiales coordinados para conseguir un objetivo previamente identificado. Se estudia la forma en que el Servicio diseña, gestiona y mejora sus procesos (acciones) para apoyar su política y estrategia y para satisfacer plenamente a sus clientes y otros grupos de interés. Como nos indica Rosa Loja (Blanco, 2007).

“El principal estudio de factibilidad de un proyecto es determinar la viabilidad social, económica y financiera haciendo uso de herramientas contables y económicas como son el cálculo del punto de equilibrio y el valor agregado, así como también el uso de herramientas financieras tales como el cálculo de la tasa interna de retorno (TIR) y el valor presente Neto (VPN)”.

Asimismo, expresa que el estudio integral de la evaluación no debe centrarse o basarse solo en estas herramientas financieras (VAN, TIR, VPN) ya que dejaría a lado los aspectos económicos y sociales. Esto nos indica la pertinencia de la evaluación como un todo de los aspectos mercado, técnico, económico y financiero, debido a que estos aspectos permiten obtener información crítica para evaluar la viabilidad y sostenibilidad del proyecto. Por lo tanto, un estudio de factibilidad para los proyectos de inversión se compone de:

- Factibilidad Operativa.
- Factibilidad Técnico.
- Factibilidad Económico Financiero.
- Social (Seres vivos, Ambiente, Ecosistema).

Chain, (2001) menciona. “Por otra parte, una viabilidad cada vez más exigida en los estudios de los proyectos en la que mide el impacto ambiental de la inversión”

De la misma manera que, se determina la factibilidad técnica y financiera, la rentabilidad de la inversión y los estudios de mercado en los proyectos de desarrollo, resulta ahora muy conveniente y hasta necesario evaluar la Factibilidad Ambiental.

La decisión de emprender una inversión tiene cuatro componentes básicos:

- El decisor, un inversionista, financiero o analista.
- Las variables controlables por el decisor.
- Las opciones o proyectos que se deben evaluar. (Córdoba M, 2011)

2.2.8.2 Estructura del Estudio de Factibilidad.

Para Cros, un estudio de factibilidad tiene una estructura definida y el orden de los contenidos está orientado a:

- ∞ Presentar un resumen de proyecto.
- ∞ Elaborar cada parte por separado.
- ∞ Fundamentar cada parte en las anteriores
- ∞ Elaborar conclusiones y recomendaciones.
- ∞ Es importante que sea resumido, con un lenguaje sencillo y que las partes sean coherentes.

2.2.9 Estudio de Mercado

(Joseph F, Robert P, & David J, 2003), relatan una de las experiencias de una empresa que produce autos Jeep, en la cual explica la ardua tarea que realizan día a día al tratar de entender al cliente y sus necesidades, ya que como ellos mismo explican no todos entendemos que es una auto Jeep y además no todos somos clientes para este tipo de empresa, es decir nos ilustran una manera en que la investigación de mercados resuelve los asuntos de una empresa. Los autores definen la investigación de mercados como. “Función que enlaza una organización con su mercado mediante la recolección de información” (pag.4).

Si se establece un esquema razonable de investigación de mercado que se base en indagaciones y comentarios de los clientes, una empresa de cualquier tamaño puede tomar decisiones

confiables y costeables, ya sea que identifique oportunidades para nuevos productos o que se diseñe nuevos métodos para comunicarse con los clientes. (Joseph F, “et al”, 2003).

En el estudio de mercado se tiene que:

- Es el punto de partida de la presentación detallada del proyecto.
- Sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos.
- Abarca variables sociales y económicas.
- Recopila y analiza antecedentes para ver la conveniencia de productos y anteceder la necesidad. (Córdoba M, 2011)

2.2.9.1 Etapas de un Estudio de Mercado

Un estudio de mercado suele comprender básicamente dos etapas:

1. Recopilación de información y formulación de bases empíricas. Suele ser estadística o no estadística, dependiendo del objetivo de estudio y del tipo de bien o servicio que se quiere estudiar.
2. Procesamiento y análisis económico de información. Está dirigido al conocimiento técnico-financiero de los hechos, cualesquiera fuera el tipo de antecedente.

2.2.9.2 La Demanda

Se entiende por demanda a la cantidad adquirida de determinado bien o servicio que el consumidor requiere. El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan las exigencias del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. (Baca G, 2010).

2.2.9.3 La Oferta

El término oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios.

El termino oferta se aplica tanto a la curva como a la tabla de oferta. Lo mismo ocurre en la demanda. La conjugación de ambas determina el precio de equilibrio y la cantidad de equilibrio. (Sapag & Sapag, 2008).

La oferta al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. La investigación de campo que se haga deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrollará el proyecto. (Baca G, 2010).

2.2.9.4 *Análisis de los Precios*

(Baca G, 2010), hace un análisis sobre los precios, los tipos de precios y como estos deben ser manejados de forma estratégica, más aún si nuestro producto o servicio entra por primera vez al mercado y está lleno de competidores muy fuertes.

En su primera introducción hace un análisis de las diferentes estrategias que se utiliza para fijar los precios, ya sea en base al punto de equilibrio entre oferta-demanda, o en base al costo de producción más un porcentaje de ganancias. También están los precios regulados y controlados por el estado dentro de un país, pero esto se aplica solo en los productos que se consideren dentro de la canasta básica.

Al respecto el autor enfatiza en la segunda estrategia en donde la mayor parte utiliza o tiende por fijar el precio en base al costo de producción más un porcentaje de ganancia. Cabe resaltar que esto no es tarea fácil, ya que la tasa real de ganancia actual, (indicador de rendimiento de la inversión) varía con la cantidad de unidades producidas. Es necesario conocer primeramente si el producto o servicio que estamos ofertando se lo comercializa dentro o fuera del país, ya que las reglas cambian según el lugar.

El precio es el regulador entre la oferta y la demanda, salvo cuando existen protecciones (aranceles, impuestos). El estudio de precios tiene gran importancia e incidencia en el estudio de mercado, ya que de la fijación del precio y de sus posibles variaciones dependerá el éxito del producto o servicio a ofrecer. (Córdoba M, 2011).

Conocer el precio es importante porque es la base para calcular los ingresos futuros, y hay que distinguir de qué tipo de precio se trata y como se ve afectado al cambiar las condiciones en que se encuentra, principalmente en el sitio de venta.

2.2.10 *Estudio Técnico*

El estudio técnico busca diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio. (Córdoba M, 2011).

El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área. Se deberá definir la función de la producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. Con el estudio técnico se determinarán los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente. (Sapag & Sapag, 2008).

La creatividad que es necesaria en esta parte del estudio, debe ser parte cuando hay que determinar y optimizar: la capacidad de producción que tendrá la planta, el número de turnos a trabajar, el grado de automatización de la tecnología, el número de obreros, la capacidad de los equipos, la distribución de las áreas de la planta, etc., todo esto sujeto a un presupuesto limitado. (Baca G, 2010).

2.2.10.1 *Tamaño Óptimo del Proyecto*

Para poder localizar el tamaño óptimo del proyecto, es necesario la ayuda o el aporte fundamental de un ingeniero, es decir una persona que sepa ingeniar, crear. Al autor Baca Urbina Gabriel (2010), pone mucho énfasis en este término, ya que lo que pretende explicar es que en esta parte se necesita optimizar los recursos, obtener costos bajos y el producto final sea de mayor calidad.

“EL tamaño óptimo de un proyecto es la capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.”

2.2.11 *Estudio Administrativo*

Para (Sánchez J, 2012), “Trata de establecer la estructura organizativa que dirigirá el proyecto, diseñando aquella que más se adapte a los requerimientos de la posterior operación”

El estudio administrativo consiste en determinar los aspectos organizativos que deberá considerar una nueva empresa para su establecimiento tales como:

- Planeación estratégica
- Estructura organizacional
- Aspectos legales, fiscales, laborales
- Establecimiento de las fuentes
- Métodos de reclutamiento
- Proceso de selección y la inducción.

Para hacer el estudio se debe empezar por elaborar un organigrama de la empresa, asignar funciones y responsabilidades, dicho estudio debe incluir también una descripción detallada de los costos administrativos acompañado de cifras, el aspecto legal de la empresa, nombrando razón social, los permisos que requiere y los trámites de constitución necesarios.

2.2.11.1 *Organigrama de la Empresa*

Existen varios tipos de organigrama para reflejar una organización, según la unidad administrativa, los organigramas se dividen en:

- Generales: Son aquellos que se limita únicamente a las unidades de mayor importancia.
- Específicos: Son aquellos en los que se refleja un nivel más de desagregación de los procesos de trabajo.

2.2.12 *Estudio Ambiental*

Es el estudio técnico, de carácter interdisciplinario, que incorporado en el procedimiento del EIA, está destinado a predecir, identificar, valorar y corregir, las consecuencias o efectos ambientales que determinadas acciones pueden causar sobre la calidad de vida del hombre y su entorno. (Ruberto A, 2006).

Constituye el proceso de estudio técnico y multidisciplinario que se lleva a cabo sobre el medio físico, biológico y socioeconómico de un proyecto propuesto, con el propósito de conservar, proteger, recuperar y/o mejorar los recursos naturales existentes, culturales y el medio ambiente en general, así como la salud y calidad de vida de la población. (Colcha, J., 2017).

2.2.13 Estudio Económico-Financiero

La parte del análisis económico, pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como una serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto (Baca G, 2010).

En el marco financiero se especifican las necesidades de recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados; su forma de financiación (aporte propio y créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos para el periodo de vida útil del proyecto (Unión Europea, 2008).

El marco financiero permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generará y la manera como se financiará.

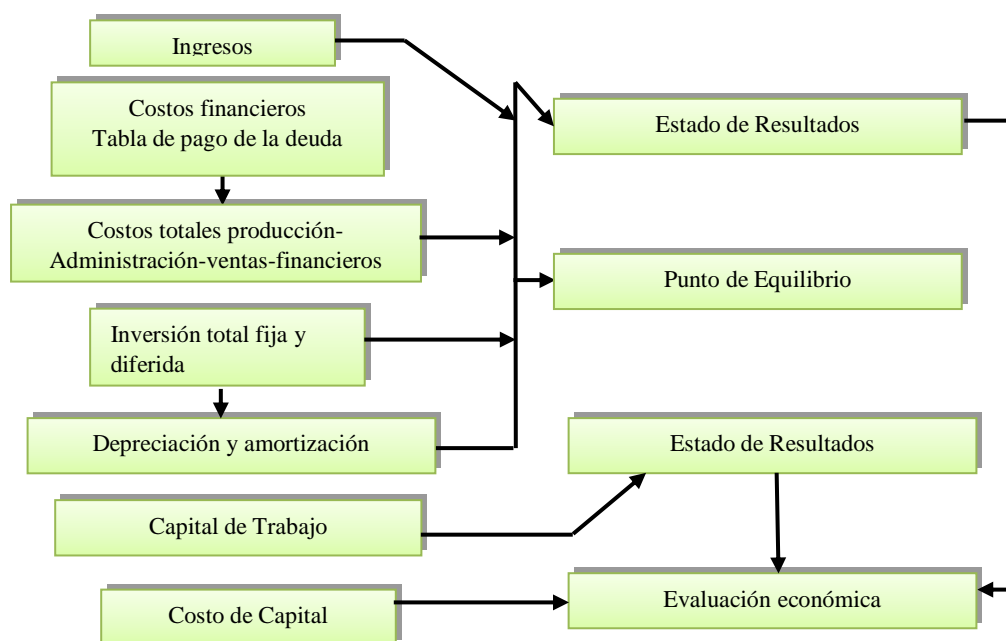


Gráfico 1-1: Estudio financiero del proyecto

Fuente: (Baca G, 2010)

Elaboración: Loja, R. 2018

Esta estructura permite hacer un análisis general económico. Al autor (Baca G, 2010), indica que cada cuadro es información necesaria que se utiliza o se requiere para los cuadrantes a donde se dirigen las flechas. Los cuadrantes o información que no le antecede una flecha como: la inversión total fija y diferida, capital de trabajo y costo de capital, indica que esta información se la debe obtener con investigación.

2.2.14 Punto de Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. Si los costos de una empresa no fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio.

Esta no es una técnica para evaluar la rentabilidad de una inversión; sino que solo es una importante referencia a tomar en cuenta.

El punto de equilibrio, en términos de contabilidad de costos, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida. (Sandate E, 2016)

Mientras que analizar el punto de equilibrio es analizar dicha información para que en base a ella podamos tomar decisiones (Sandate E, 2016).

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Agropecuario:

Relativo a la agricultura y la ganadería, es parte del sector primario compuesta por el sector agrícola y el sector ganadero o pecuario estas actividades económicas junto con otras estrechamente vinculadas como la agro-industrialización alimentaria son las más significativas en el medio rural.

2.3.2 Análisis Comercial:

Identificar y seleccionar aquellos intermediarios o distribuidores que faciliten que los bienes o servicios, lleguen al consumidor o usuario final, siempre bajo el criterio de lograr algún control sobre los mismos y en lo referente a la cobertura de mercado que se quiere atender. Esto permitirá preestablecer la logística requerida.

2.3.3 Análisis de los Proveedores:

Otro de los elementos de la estructura del mercado cuya importancia recién se ha reconocido, corresponde a los proveedores, quienes juegan un papel determinante en la calidad de los

productos que la empresa lanza al mercado, al igual que sobre la estructura de costos que incidirán en la determinación de los precios con que se quiera definir una estrategia competitiva.

2.3.4 Asociación:

Unión de personas entidades o cosas para un fin.

2.3.5 Balance General:

Representa la situación de los activos y pasivos de una empresa, así como también el estado de su patrimonio, presenta la situación financiera o las condiciones de un negocio, en un momento dado, según se reflejan en los registros contables. Las divisiones principales del balance son: activo, pasivo y patrimonio.

2.3.6 Calidad y Productividad:

Brindan etapas para la solución de problemas principales con sistemas de gestión de calidad total, el sistema de producción justo a tiempo, mantenimiento productivo total, despliegue de políticas, el Sistema de sugerencias y realización de las actividades efectivamente logrando la meta final de la estrategia planteada.

2.3.7 Comunidad:

Grupos de seres humanos que tienen ciertos elementos en común tales como idiomas, costumbres, valores, edad, ubicación geográfica.

2.3.8 Consumidor:

Clientes potenciales, siendo posible que sean personas naturales que actúen como consumidores finales, así como pueden ser organizaciones que adquieren el bien o servicio con intenciones de consumo institucional, mientras que se pueden encontrar aquellos que adquieren los productos con un interés eminentemente comercial.

2.3.9 Descripción de Cargos:

En la descripción de cargos se debe definir cada puesto e informa a cada una de las personas las responsabilidades del titular.

2.3.10 *Distribución en Planta:*

Requiere del análisis de las distribuciones del pasado, redistribución, principios de la distribución en planta, elementos movidos en la producción, tipos de distribución en planta, factores que afectan la distribución, fundamentos o principios guía, al igual que la aplicación para empresas de manufactura y servicios.

2.3.11 *Estructura Organizacional:*

Sistema formal de relaciones de trabajo para la distinción e integración de las tareas (la determinación de quién hará y cómo se combinarán los esfuerzos).

2.3.12 *Estado de Pérdidas y Ganancias:*

Muestra los ingresos y los gastos, así como la utilidad o pérdida resultante de las operaciones de una empresa durante un periodo de tiempo determinado, generalmente en un año.

2.3.13 *Función Comercial:*

Es considerada, en términos funcionales, como la última etapa de la cadena de producción, que comienza con la contratación de recursos materiales y humanos, continúa con la transformación de dichos recursos en productos y servicios y finaliza con la colocación de estos en el mercado.

2.3.14 *Metodología:*

Ciencia del método y de sistematización científica.

2.4 *Idea a defender*

El estudio de factibilidad para la creación de una empresa asociativa para la comercialización de hortalizas orgánicas en el GAD municipal del cantón Suscal de la provincia del Cañar., permitirá la mejora de la economía local de los productores de agrícolas.

2.5 Variables

2.5.1 *Variable Independiente*

Estudio de factibilidad

2.5.2 *Variable Dependiente*

Incremento de ingresos de la localidad.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 Modalidad de la investigación

Modalidad

Para llevar a cabo esta investigación se utilizó un enfoque cuali-cuantitativo en razón que las teorías expresadas mediante variable cualitativas pueden ser medibles cuantitativamente a través de indicadores, los dos emplean procesos cuidadosos, sistemáticos empíricos y técnicos.

Enfoque cualitativo. - Porque nos muestra la realidad del mercado, esto es posible mediante el diagnóstico de la encuesta y análisis de la misma. (Villalba, C., 2016).

Este método se aplicó en la recolección de información mediante documentos fuente de autores de libros folletos entre otros que ayude como guía para la investigación.

Enfoque cuantitativo. - La información que se requiere para el estudio estuvo íntimamente ligada con datos numéricos, cuando se realizan las encuestas y se tienen que especificar la composición de la población.

Se aplicó este método al momento de realizar el cuestionario a todos los productores de hortalizas, con el fin de recolectar y analizar datos que ayuden al estudio de factibilidad.

3.2 Tipos de Investigación

- **La investigación documental:** Este tipo de investigación es la que se realiza apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie.

Se aplicó la investigación documental al observar y reflexionar sistemáticamente realidades teóricas y empíricas usando para ello diferentes tipos de documentos como libros, páginas web, informes, trabajos de investigación etc., donde se indaga, interpreta y presenta información sobre las variables en estudio; estudio de mercado y su viabilidad.

- **La investigación de campo:** Esta investigación permitió que el investigador tenga un contacto directo con todos los involucrados en el estudio de mercado (productores y consumidores de hortalizas) y con los individuos que conforman el mercado meta, en

este caso los consumidores representantes de los hogares del cantón Suscal, y así obtener información real y confiable al aplicar las técnicas de investigación propuesta.

- **Investigación Descriptiva:** Mediante este tipo de investigación que utiliza el método de análisis, se logró caracterizar al mercado en estudio, donde se determina sus particularidades y propiedades con respecto al consumo de hortalizas naturales.

3.3 Métodos, técnicas e instrumentos

Métodos.

- **Método inductivo – deductivo.** - Este método permitió analizar el objetivo general del proyecto para así llegar a las actividades que se necesitaran para cumplir dicho objetivo y viceversa. (Villalba, C., 2016).

Para el análisis teórico se utilizó el método inductivo – deductivo porque a partir de situaciones particulares se logran generalidades, pero también se da en hecho que a partir de situaciones, conceptos o teorías generales se establezcan las particularidades para el objeto de este estudio.

- **Método descriptivo.** - Permite conocer las características del mercado objetivo, así como también los servicios que actualmente presentan las empresas de la industria, lo cual nos ayuda a discernir la información requerida para el análisis de cada una de las variables existentes a través de fuentes primarias y secundarias.

Se identifica la problemática existente en la comercialización de hortalizas del cantón Suscal en los mercados existentes, donde se evidencia el abuso de los intermediarios hacia el pequeño productor de hortaliza de la zona, esto se debe a que no se establecen espacios adecuados que presten las facilidades para la comercialización de los productos ya mencionados, se evidencia la falta de sistemas de comercialización organizado donde se identifique mercados libres del intermediario y apto para agilizar la operatividad comercial de forma asociativa.

Técnicas.

- **Encuesta.** - Esta técnica sirve para la recopilación de información relevante, a través de preguntas abiertas y cerradas, realizadas a una muestra representativa de la población para conocer su opinión, preferencia, expectativas y aceptación. (Villalba, C., 2016).

Se aplicó las encuestas en los productores y consumidores de hortalizas del cantón Suscal para identificar las características principales de los potenciales consumidores que puede tener la futura asociación en el mercado.

- **Observación documental.** - Es una observación indirecta donde se revisan fuentes de información impresa, grabada o video grabada: documentales, películas audio, etc. (Villalba, C., 2016).

La observación documental permitió explorar los conceptos más relevantes que muestren la realidad de la actividad para crear la empresa asociativa.

3.4 Población y muestra

Para el cálculo de la Muestra se ha considerado el total del Universo de 5742 personas (población económicamente activa del cantón Suscal) información tomada del INEC y posteriormente se realizó el cálculo utilizando la fórmula aplicada para Universos finitos. De esta forma se podrá obtener como resultado una muestra a la cual se podrá encuestar y obtener las respuestas a las diferentes interrogantes que se plantearon en el cuestionario.

Para calcular el tamaño de la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{k^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(e^2 \cdot (N-1)) + k^2 \cdot p \cdot q}$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra (Número de encuestas realizadas).

N= Tamaño de la población o universo.

k= Nivel de confiabilidad 1,96. El nivel de confianza indica la probabilidad que los resultados de nuestra investigación sean ciertos.

e= Error de muestreo 0,05 (5%) (El más utilizado por el nivel de confianza).

p= Probabilidad de ocurrencia 0,5.

q= Probabilidad de no ocurrencia 1-p.

$$n = \frac{(1.96^2)(0.5)(0.5)(5742)}{[(0.05^2)(5742 - 1)] + [(1.96^2)(0.5)(0.5)]}$$

$$n = 360 //$$

La muestra para el presente trabajo investigativo se realizó a 360 personas productores de hortalizas.

3.5 Análisis de resultados

Sexo

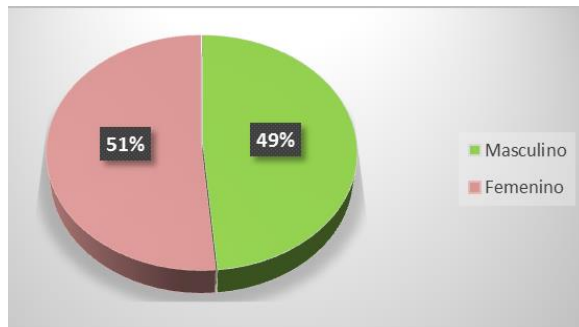


Gráfico 1-3: Sexo del encuestado

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Loja, R. 2018

Análisis

Del resultado de las encuestas a las personas que se dedican a la actividad agrícola, el 49% son de sexo masculino y el 51% femenino.

Interpretación

Existe un mayor porcentaje de personas de sexo femenino dedicadas a las actividades agrícolas, ya que muchas veces los esposos son los que salen a trabajar en las ciudades cercanas o tienen otra actividad comercial.

Formación Académica



Gráfico 2-3: Nivel de formación académica

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Loja, R. 2018

Análisis

El 28% de los encuestados tienen estudios primarios, el 24% estudios secundarios, el 17% posee un tercer nivel de estudios y únicamente el 16% ha cursado el cuarto nivel el 15% de los encuestados no poseen una formación académica.

Interpretación

Los productores agrícolas por lo general no poseen suficientes estudios académicos, y en su mayor parte apenas ha terminado la primaria, y de tempranas edades ya han abandonado los estudios para dedicarse a ayudar a sus padres o representantes, y lo que más han estudiado lo han realizado en la zona, lo que de alguna manera les permite tener más conocimientos básicos para su desempeño en la vida y en el campo.

SECCIÓN PREGUNTAS:

1. ¿Cuántos años se dedica usted a la actividad agrícola?

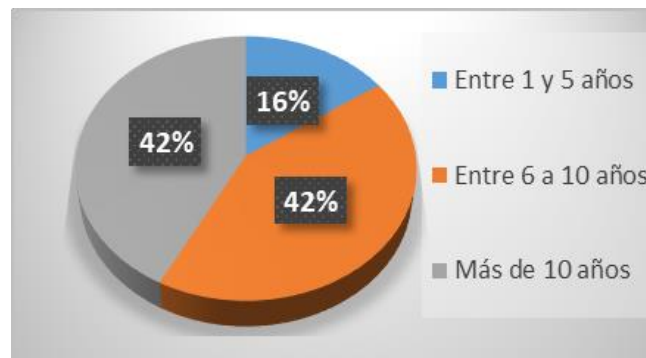


Gráfico 3-3: Dedicación actividad agrícola

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Loja, R. 2018

Análisis

Las personas encuestadas reflejadas 42% que se encuentra en el área de producción agrícola más de 6 años. Muestras que el 42% contestó que está más de 10 años en la actividad agrícola y 16% tiene de 1 a 5 años dedicada a la siembra y cosecha de productos del campo.

Interpretación

Las personas que se dedican a la actividad agrícola en el cantón Suscal se desarrollan por tradición familiar ya que es una actividad que les permite obtener ingresos económicos que contribuye para el desarrollo de su familia y brindar productos agrícolas a distintos lugares del cantón y país.

2. ¿Qué productos usted cultiva?

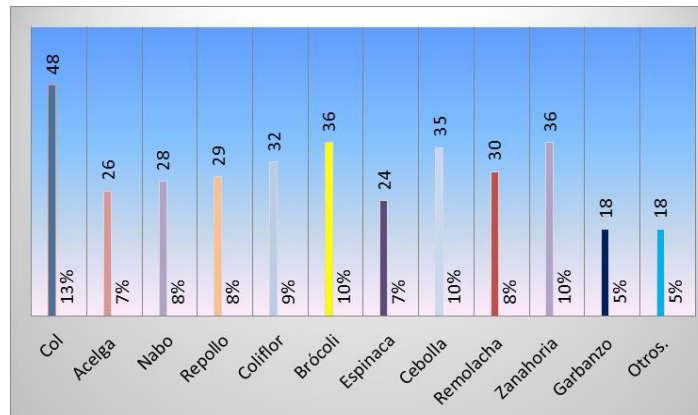


Gráfico 4-3: Productos que cultiva

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Loja, R. 2018

Análisis

Los encuestados manifestaron que los productos más cultivados son; la Col 13%, Acelga 7%, Nabo 8%, Repollo 8%, Coliflor 9%, Brócoli 10%, Espinaca 7%, Cebolla 10%, Remolacha 8%, Zanahoria 10%, Garbanzo 5% y Otros. 5%.

Interpretación

El sector de estudio cuenta con una variedad de productos cultivados especialmente las hortalizas, debido a la condición climática favorable que existe para dichos productos, por lo que de alguna manera se han especializado en esos productos y son deseados por los consumidores, ya que se adopta prácticas de producción orgánica, que los hace más sanos para el consumo humano.

3. ¿Cuál es la razón por la cual usted cultiva sus productos?

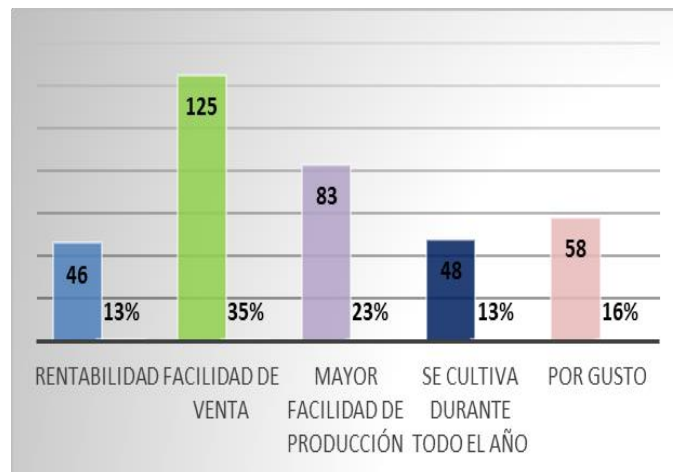


Gráfico. 5-3: Razón de cultivo de productos

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Loja, R. 2018

Análisis

Las razones por la cuales las personas se dedican al cultivo de hortalizas son: rentabilidad 13%, facilidad de venta 35%, mayor facilidad de producción 23%, cultivo durante todo el año 13%, por gusto 16%.

Interpretación

La razón principal del cultivo de hortalizas es por obtener ingresos económicos que ayuda a su familia, que es clave en la generación de empleo en la zona y es parte de la seguridad alimentario del Ecuador, por lo que se debería adoptar políticas fiscales que ayuden a los agricultores a mantener su actividad y no abandonen el campo migrando a las ciudades.

4. ¿En qué tipo de terreno usted cultiva sus productos?

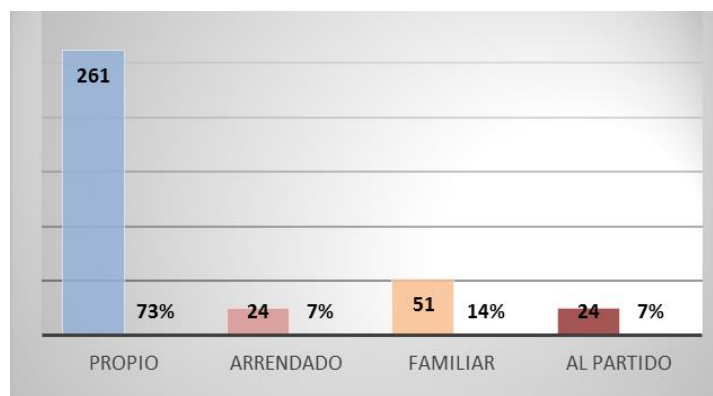


Gráfico 6-3: Tipo de terreno

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Loja, R. 2018

Análisis

Los cultivos de los encuestados son desarrollados en mayor porcentaje en terreno propio en un 73%, el 14% los encuestados tienen terrenos familiares, el 7% cuenta con terrenos arrendados y el 7% siembra en partido.

Interpretación

Un terreno propio es importante en la actividad de los agricultores, ya que son parte de todo el sistema productivo, evitando los costos de tener que pagar un arriendo, de esta manera pueden obtener mayores ganancias por su producción, y también pueden solicitar créditos en base a dichas propiedades, además que es parte del patrimonio familiar que buscan protegerlo en el tiempo.

5. ¿Qué método utiliza para la producción de su cultivo?

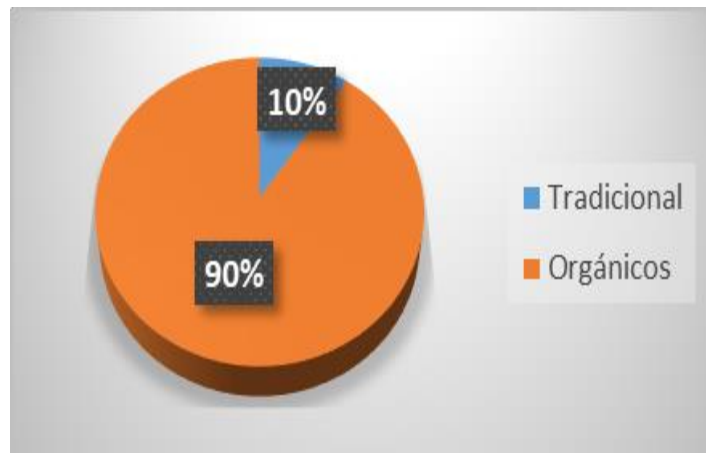


Gráfico 7-3: Método utilizado para la producción de los cultivos

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Loja, R. 2018

Análisis

Los productos agrícolas son cultivados de manera orgánica, en un 90%, mientras que el 10% admite que utiliza algún tipo de producto químico para su producción agrícola.

Interpretación

Los cultivos de productos agrícolas orgánicos han ido ganando espacio entre los productores y consumidores, es debido a que este método permite que los productos sean naturales y así sea más sano para el consumo humano, además que protegen a los terrenos haciéndolos fértiles sin que afecten a otras especies que también necesitan del agua y plantas que se producen.

6. ¿Cuántos quintales obtiene del cultivo de sus productos en general?

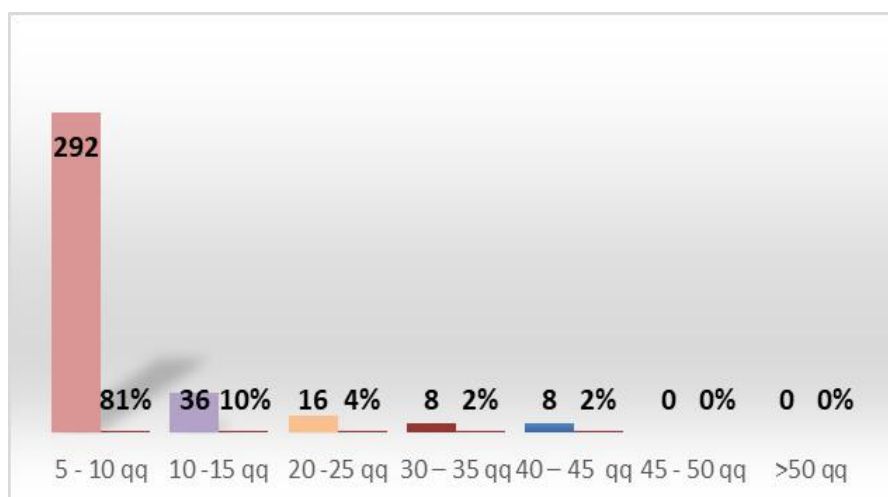


Gráfico 8.3: Quintales obtiene del cultivo

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Loja, R. 2018

Análisis

El 81% de los encuestados, manifiestan que obtienen entre 5 -10 quintales del cultivo de sus productos, los cuales se obtienen para comercializarlos en el mercado, EL 10% cosecha entre los 10 y 15 quintales, el 4% cosecha entre los 20y 25 quintales, el 2% cosecha entre los 30 y 35 quintales y el 2% cosechan 40 y 45quintales.

Interpretación

De la producción en general de los agricultores en el lugar de estudio se caracteriza por no ser haciendas de grandes extensiones de terreno, sino cuentan con terrenos que en su mayor parte producen unos 5 quintales o sacos de productos, por lo que es necesario la unión de varios productores para conseguir una cantidad significativa de productos, lo que hace necesario la creación de un centro de acopio que logre reunir a los pequeños productores del sector.

7. ¿Hacia qué sector se dirige la venta de sus cultivos?

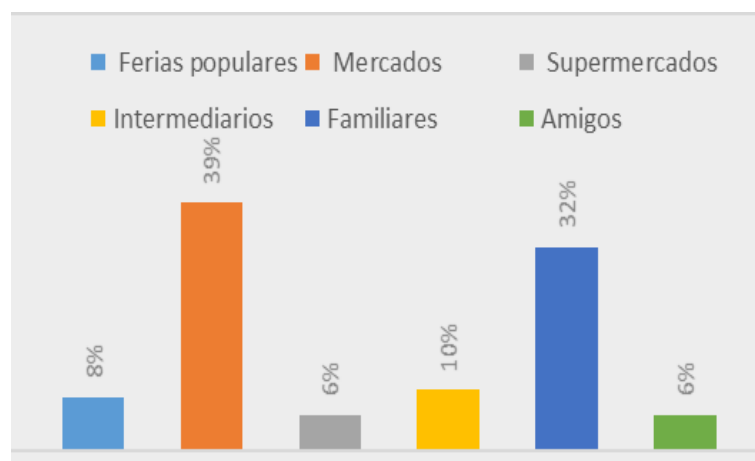


Gráfico 9-3: Sector de venta de cultivos

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Loja, R. 2018

Análisis

La comercialización de los productos agrícolas se da en un 39% mercados cercanos, 32% en ferias populares, el 10% está destinado a intermediarios 6% a supermercados al igual que a los amigos o conocidos.

Interpretación

Debido a que los cultivos de la zona se direccionan netamente hacia la comercialización de los mismos, los mercados, las ferias populares es un destino clave para la venta de los productos que muchas de las veces se los vende por lotes a los mismos comerciantes del mercado que después son vendidos al por menor. Los dos canales son efectivos para la comercialización de hortalizas. Los amigos y familiares son el medio último de comercialización en un 6% y 5% respectivamente, esta comercialización se da para evitar que los productos no se dañen.

8. ¿Cuál es el precio por cada producto que usted cultiva?

Tabla 1-3: Precio de los productos

Producto	Precio por quintal
Col	\$ 5-10
Acelga	\$ 7-12
Nabo	\$ 5-9
Repollo	\$ 7-25
Coliflor	\$ 7-15
Brócoli	\$ 7-18
Espinaca	\$ 5-20
Cebolla	\$ 5-5
Remolacha	\$ 12-20
Zanahoria	\$ 12-20
Garbanzo	\$ 30-48

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Loja, R. 2018

Análisis

El precio de los productos agrícolas varía de uno a otro, siendo el garbanzo el que tiene el precio más alto de 30 a 48 dólares, mientras que la zanahoria está de 12 a 20 dólares, la remolacha también tienen un precio de 12 a 20 dólares, el brócoli tiene un precio de 7 a 18 dólares, el repollo va desde los 7 a 25 dólares la coliflor se ubica de los 7 a 15 dólares, y el resto tienen precios que bordean los 5 a 10 dólares, hay que recordar que estos precios no siempre permanecen fijos, al contrario varían de acuerdo a la temporada o la producción existente.

Interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta, los precios establecidos para los productos agrícolas son en base a la situación del país y las condiciones climáticas, ya que ambos factores influyen en el establecimiento de precios.

9. ¿Qué hace con sus productos cuando no se venden?

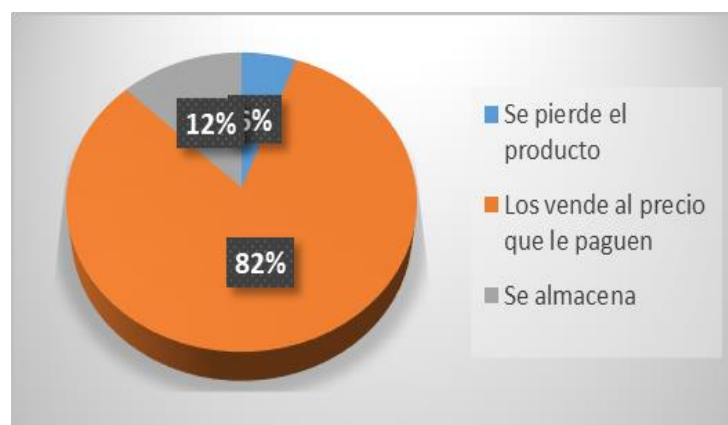


Gráfico 10-3: Destino de la producción no vendida

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Loja, R. 2018

Análisis

El 82% de los encuestados han manifestado que sus cultivos son vendidos al precio que los consumidores lo paguen, y el 12% lo almacena, dependiendo del producto y el 6% contesto que se pierde el producto.

Interpretación

La producción agrícola no es valorada en el país y muchas veces es vendida a precios inferiores a los de la producción, lo cual genera pérdidas para los agricultores, y se opta por vender al precio que se pague ya que de esta manera no se quedan con la producción y así pueden tener ingresos económicos para la alimentación de los miembros del hogar.

10. ¿Cuál es su mayor inconveniente para el traslado de la producción?

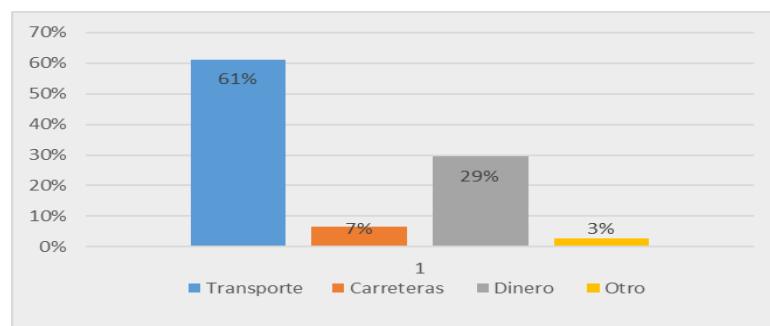


Gráfico 11-3: Mayor inconveniente para el traslado de la producción

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Loja, R. 2018

Análisis

El obstáculo principal para el traslado de la producción de los cultivos es el transporte, en un 61%, mientras que el 29% dice que es la falta de dinero, el 7% opina que son el estado de las carreteras y el 3% dice que son otros factores.

Interpretación

Debido a que los sitios donde se ubican los cultivos son sitios de difícil circulación, es necesario contar con medios de transporte adecuado, además de contar con carreteras en buenas condiciones, es por esta razón que estos son uno de los principales problemas que tienen los agricultores para llegar con sus productos a los centros de abastos como mercados, etc.

11. ¿El cultivo de sus productos cuenta con un asesoramiento técnico?

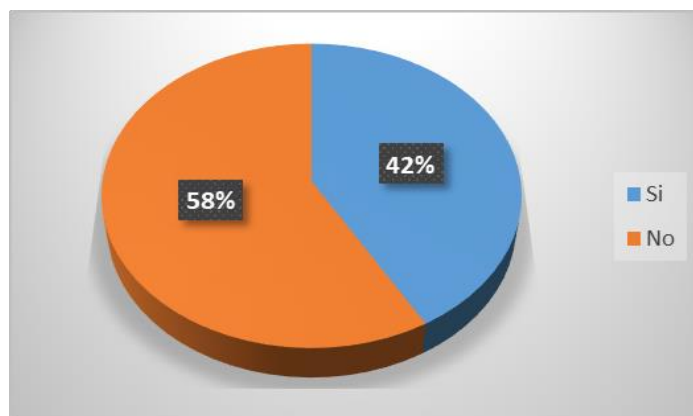


Gráfico 12-3: Asesoramiento técnico

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Loja, R. 2018

Análisis

El 58% de los agricultores contestó que no cuenta con asesoramiento técnico para la realización de sus cultivos, mientras que el 42% opina que tienen asesoría en su producción agrícola.

Interpretación

La importancia de contar con asesoría técnica en la producción de cultivos es necesaria, poco a poco esta necesidad ha sido suplida por el sector, y de los encuestados ya cuentan con este servicio, pero aún falta un gran porcentaje que no tiene asesoría por lo que es necesario implementar estrategias para llegar a los agricultores con técnicas que ayuden a mejorar sus producciones.

12. ¿Le gustaría que en el Cantón se cree una empresa asociativa para los productores de hortalizas impulsado por el GAD municipal del cantón Suscal que se encargue de almacenar adecuadamente los productos para venderlos a un precio más justo?

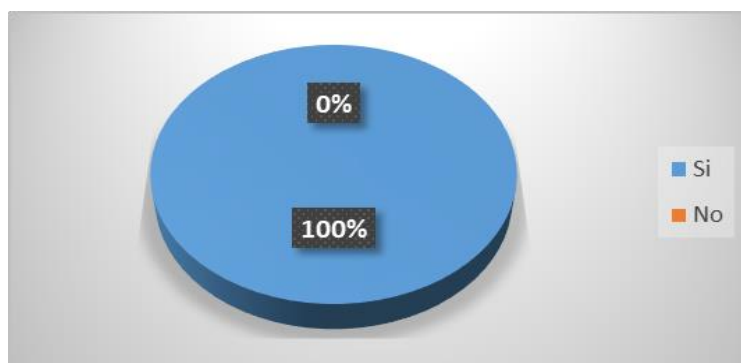


Gráfico 13-3: Aceptación de una empresa asociativa

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Loja, R. 2018

Análisis

El 100% de los agricultores encuestados, manifestaron estar de acuerdo en la creación de una empresa asociativa para la comercialización de la producción y su aceptación se basa en que la actividad agrícola permite generar ingresos en las familias de la zona.

Interpretación

Los agricultores creen necesario tener ayuda para su producción, y si está dada por un centro de acopio se muestran positivos ante esta alternativa, ya que así podrán vender a mejores precios sus productos además de atrás facilidades que podrán conseguir.

13. ¿Conoce usted el significado de una empresa asociativa?

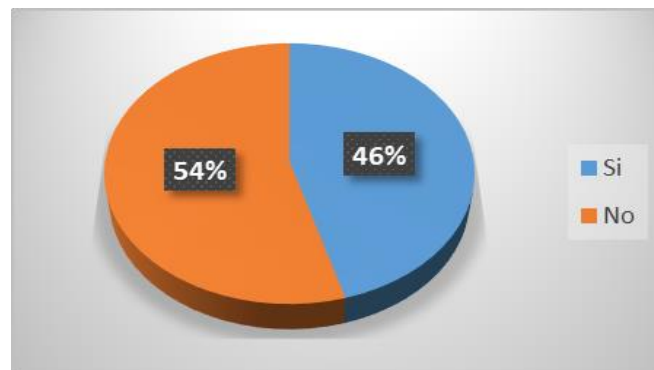


Gráfico 14-3: Significado de una empresa asociativa

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Loja, R. 2018

Análisis

El 54% de los productores agrícolas encuestados manifestaron no poseer conocimientos de las empresas asociativas, mientras que el 46% contestó si conocer de qué se trata una empresa asociativa.

Interpretación

Muchos de los productores no conocen lo que es una empresa asociativa, y de llegarse a concretar la presente propuesta antes de implementarlo es necesario socializar todos los pormenores de lo que es una empresa asociativa.

14. ¿Le gustaría participar como miembro de esta empresa asociativa?

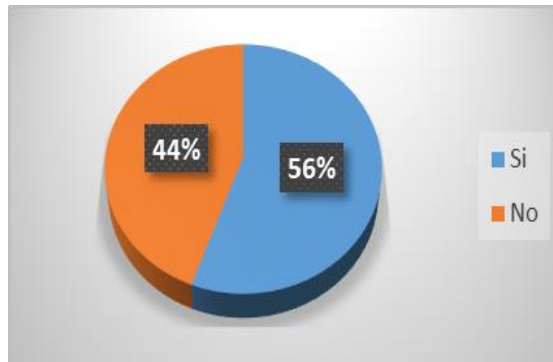


Gráfico 15-3: Participación en una empresa asociativa

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Loja, R. 2018

Análisis

El 56% de los encuestados manifiestan estar de acuerdo en participar como miembros de una empresa asociativa, y el 44% contestó que no.

Interpretación

Los agricultores del sector no han participado en empresas asociativas antes, por lo que es nuevo modo de organizarse, es por esta razón que existe un porcentaje que no desea ser parte de esta iniciativa.

15. ¿Cuál de las siguientes razones le impulsaría a usted para formar parte de una empresa asociativa?

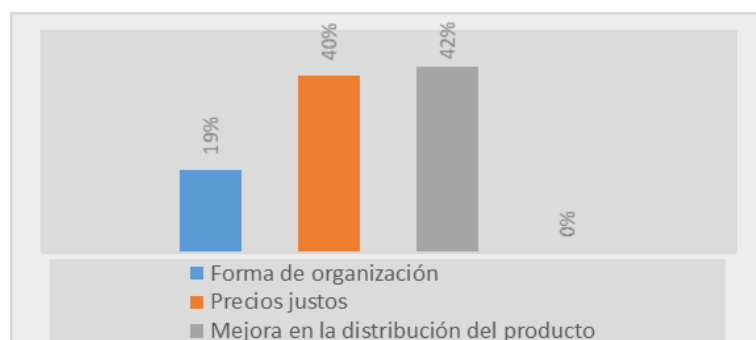


Gráfico 16-3: Razones para formar parte de una empresa asociativa

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Loja, R. 2018

Análisis

El 42% de los encuestados dice que estaría interesado de formar de una empresa asociativa si se mejora la distribución de los productos, y el 40% dice que es por obtener los precios justos y el 19% dice que por la forma de organización.

Interpretación

La necesidad de formar parte de una empresa asociativa se respalda en los resultados de la encuesta y los agricultores creen que es una manera eficaz de conseguir una mejor distribución de los productos lo que es necesario para poder llegar al consumidor final, sin necesidad de contar con tantos intermediarios que participen en el proceso, por lo que se consigue mejores precios, y mejorar la condición de vida de todas sus familias en el transcurso del tiempo.

Análisis general de las encuestas

Una vez realizada la investigación, mediante las encuestas, se puede decir que los productores de hortalizas mantienen ingresos bajos debido a que estos productos se comercializan a través de los intermediarios, los cuales muchas veces no reconocen el esfuerzo que realizan los productores; esta particularidad ocasiona pérdidas económicas para el productor ya que no pueden recuperar la inversión del cultivo.

Mediante el desarrollo de este proyecto se pretende lograr la implementación de una empresa asociativa que permita la cooperación y participación de cada uno de los productores de manera justa y solidaria y a través de esta medida se puedan acceder a un comercio justo. La empresa asociativa a su vez será la que permita la eficiencia y eficacia en las actividades agrícolas del cantón y de esta manera se mejore la economía de todo el sector y el impulso hacia una economía más incluyente para todas y todos.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 Tema

Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa asociativa para la comercialización de hortalizas orgánicas en el GAD municipal del cantón Suscal de la provincia del Cañar.

4.2 Estudio de Mercado

El mercado estará constituido por todos los productos agrícolas del cantón Suscal, debido a que venden productos agrícolas (hortalizas) en gran cantidad y las ferias realizadas son 1 vez por semana el día sábado los días lunes a viernes durante todo el año de manera sin interrupción por tal motivo la investigación se desarrolla en eje a los productores y fomentar un centro de acopio eliminando los intermediarios que se aprovechan del sector campesino ocasionando baja economía en los productores agrícolas del cantón y la provincia.

4.2.1 *Análisis de la Demanda*

4.2.1.1 *Demanda Actual de los Productos*

En la presente investigación se va a cuantificar la demanda de hortalizas en los hogares de cada consumidor los cuales fueron considerados a Cantón Suscal con un total de habitantes de 67601 según los datos del INEC para el año 2018 y son considerados para el consumo de hortalizas en el estudio a ejecutarse. Para la proyección de la demanda se utiliza la siguiente fórmula.

$$D_n = D_o(1 + i)^n$$

Dónde:

D_n = Demanda en el año n .

D_o = Demanda año base (2018).

i = Tasa de crecimiento poblacional es del 3,80% anual.

n = Año al que se desea proyectar.

1 = Valor constante

Bajo estos criterios se procede a aplicar en el presente estudio:

Tabla 1-4: Proyección de la demanda

AÑO	DEMANDA
1	70.170
2	72.836
3	75.604
4	78.477
5	81.459

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

4.2.2 *Análisis de la Oferta*

Para realizar el análisis de la oferta se realizó una encuesta dirigida a los productores del cantón Suscal donde se pudo determinar que en su mayoría acuden al Mercado meta ya que no existe un lugar más cercano para la comercialización de sus productos. Este lugar presta las mejores condiciones de adaptación, ambiente y espacio físico lo que genera una gran acogida de comerciantes y productores.

4.2.2.1 *Oferta Actual del Producto*

De acuerdo a la encuesta realizada al presidente de la asociación de comerciantes del cantón Suscal se pudo concluir que existe una oferta semanal expresada en la siguiente tabla.

Tabla 2-4: Oferta actual de los productos

No de productos en quintales	PRODUCTO	OFERTA SEMANAL	OFERTA ANUAL
2	Acelga	200 (libras)	10400 (libras)
3	Nabo	300 (libras)	15600 (libras)
4	Coliflor	400 (libras)	20800 (libras)
2	Repollo	200 (libras)	10400 (libras)
3	Espinaca	300 (libras)	15600 (libras)
3	Cebolla	300 (libras)	15600 (libras)
6	Remolacha	600 (libras)	31200 (libras)
7	Zanahoria	700 (libras)	36400 (libras)
Total 30			

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores del cantón Suscal

Elaborado por: Loja, R. 2018

Acelga

Para determinar la oferta de acelga se considera la producción de agricultores en los cuales lleva a 2 personas cada una de ella comercializan un quintal, las mismas que se venden en libras por lo tanto 2 quintales producidos por los agricultores equivale a 200 libras semanal de las cuales se efectúa los calcula por 52 semanas que con lleva el año dando como un resultado la cantidad de 10.400 libras al año para la oferta actual.

Nabo

La producción de nabo se oferta tomando la consideración de agricultores en los cuales lleva a 3 personas cada una de ellos comercializan en libras 3 quintales equivale 300 libras semanal por 52 semana que contiene el año es 15600 libras para considerar nuestra oferta actual.

Coliflor

Para determinar la oferta de coliflor se considera la producción de agricultores en los cuales lleva a 4 personas cada una de ella comercializan un quintal, las mismas que se venden en libras por lo tanto 4 quintales producidos por los agricultores equivale a 400 libras semanal de las cuales se efectúa los calcula por 52 semanas que con lleva el año dando como un resultado la cantidad de 20800 libras al año para la oferta actual.

Repollo

Para determinar la oferta de repollo se considera la producción de agricultores en los cuales lleva a 2 personas cada una de ella comercializan un quintal, las mismas que se venden en libras por lo tanto 2 quintales producidos por los agricultores equivale a 200 libras semanal de las cuales se efectúa los calcula por 52 semanas que con lleva el año dando como un resultado la cantidad de 10.400 libras al año para la oferta actual.

Espinaca

Para determinar la oferta de espinaca se considera la producción de agricultores en los cuales lleva a 3 personas cada una de ella comercializan un quintal, las mismas que se venden en libras por lo tanto 3 quintales producidos por los agricultores equivale a 300 libras semanal de las cuales se efectúa los calcula por 52 semanas que con lleva el año dando como un resultado la cantidad de 2600 libras al año para la oferta actual.

Cebolla

Para determinar la oferta de cebolla se considera la producción de agricultores en los cuales llevan a 3 personas cada una de ella comercializan un quintal, las mismas que se venden en libras por lo tanto 3 quintales producidos por los agricultores equivale a 300 libras semanal de las cuales se efectúa los calcula por 52 semanas que con lleva el año dando como un resultado la cantidad de 3900 libras al año para la oferta actual.

Remolacha

Para determinar la oferta de remolacha se considera la producción de agricultores en los cuales llevan a 6 personas cada una de ella comercializan un quintal, las mismas que se venden en libras por lo tanto 6 quintales producidos por los agricultores equivale a 600 libras semanal de las cuales se efectúa los calcula por 52 semanas que con lleva el año dando como un resultado la cantidad de 31200 libras al año para la oferta actual.

Zanahoria

Para determinar la oferta de zanahoria se considera la producción de agricultores en los cuales llevan a 7 personas cada una de ella comercializan un quintal, las mismas que se venden en libras por lo tanto 7 quintales producidos por los agricultores equivale a 700 libras semanal de las cuales se efectúa los calcula por 52 semanas que con lleva el año dando como un resultado la cantidad de 36400 libras al año para la oferta actual.

4.2.2.2 Proyección de la Oferta

Para la proyección de la producción se tomó la tasa de crecimiento del PIB agrícola del Ecuador en el año 2018 según el Banco Central es de 1% y se utilizó la siguiente fórmula:

$$Op=OA (1+i)^n$$

Donde:

Op = Oferta Proyectada

OA= Oferta Actual i= Valor Constante i =

Tasa de crecimiento n= Tiempo

Tabla 3-4: Oferta Proyectada
Oferta de Acelga

AÑO	OFERTA
1	10.504
2	10.609
3	10.715
4	10.822
5	10.931

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Nabo

AÑO	OFERTA
1	15.756
2	15.914
3	16.073
4	16.233
5	16.396

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Coliflor

AÑO	OFERTA
1	21.008
2	21.218
3	21.430
4	21.645
5	21.861

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Repollo

AÑO	OFERTA
1	10.504
2	21.218
3	10.715
4	21.645
5	21.861

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Espinaca

AÑO	OFERTA
1	15.756
2	15.914
3	16.073
4	16.233
5	16.396

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Cebolla

AÑO	OFERTA
1	15.756
2	15.914
3	16.073
4	16.233
5	16.396

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Remolacha

AÑO	OFERTA
1	31.512
2	31.827
3	32.145
4	32.467
5	32.792

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Zanahoria

AÑO	OFERTA
1	36.764
2	37.132
3	37.503
4	37.878
5	38.257

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

En la proyección de la oferta de hortalizas determina el desarrollo de políticas sobre los niveles eficientes de producción de cada hortaliza, y niveles de los inventarios en un determinado incremento para cada año como se puede observar las tablas de anteriores el incremento de oferta que vamos a tener en el mercado para nosotros poder vender y cubrir una cantidad de demandantes.

Los planes de ventas por parte de la organización son una referencia y en el caso de la acelga para el primero año se tiene una oferta de 10.504 libras, llegando al quinto año con una oferta de 10.931 libras, para el caso del nabo en el primer año la oferta es de 15.756, llegando a una oferta en el quinto año de 16.396 libras.

4.2.3 Demanda Insatisfecha

En el presente proyecto se determinó demanda insatisfecha debido a que no existen competidores en el sector de estudio, es por ello que la producción existente servirá de abastecimiento para la empresa asociativa para los consumidores como se puede mostrar a continuación.

Tabla 4-4: Demanda Insatisfecha

Acelga

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI
1	70.170	10.504	59.666
2	72.836	10.609	62.227
3	75.604	10.715	64.889
4	78.477	10.822	67.655
5	81.459	10.931	70.529

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Nabo

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI
1	70.170	15.756	54.414
2	72.836	15.914	56.923
3	75.604	16.073	59.531
4	78.477	16.233	62.244
5	81.459	16.396	65.063

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Coliflor

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI
1	70.170	21.008	49.162
2	72.836	21.218	51.618
3	75.604	21.430	54.174
4	78.477	21.645	56.832
5	81.459	21.861	59.598

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Repollo

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI
1	70.170	10.504	59.666
2	72.836	21.218	51.618
3	75.604	10.715	64.889
4	78.477	21.645	56.832
5	81.459	21.861	59.598

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Espinaca

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI
1	70.170	15.756	54.414
2	72.836	15.914	56.923
3	75.604	16.073	59.531
4	78.477	16.233	62.244
5	81.459	16.396	65.063

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Cebolla

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI
1	70.170	15.756	54.414
2	72.836	15.914	56.923
3	75.604	16.073	59.531
4	78.477	16.233	62.244
5	81.459	16.396	65.063

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Remolacha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI
1	70.170	31.512	38.658
2	72.836	31.827	41.009
3	75.604	32.145	43.459
4	78.477	32.467	46.010
5	81.459	32.792	48.668

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Zanahoria

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI
1	70.170	36.764	33.406
2	72.836	37.132	35.705
3	75.604	37.503	38.101
4	78.477	37.878	40.599
5	81.459	38.257	43.202

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

4.3 Estructura organizacional

4.3.1 Aspecto Legal de la Microempresa

La empresa asociativa “Hortacalid” es la unidad de producción económica legalmente constituida, conformada por varios accionistas quienes toman las decisiones y responden por las obligaciones que contraiga la misma contando con una serie de elementos personales y materiales, los mismos que están asentados en un lugar determinado para obtener un bienestar económico, ofreciendo bienes para satisfacer las necesidades del consumidor.

4.3.1.1 Registro Único de Contribuyentes RUC.

Los requisitos para obtener el Registro Único de Contribuyentes RUC es el siguiente:

- Original y copia de la cedula vigente
- Original del certificado de votación.
- Planilla de Servicios Básicos actualizada
- Estado de cuenta bancario, tarjeta de crédito o telefonía celular
- Factura por el servicio de televisión pagada o de internet.
- Cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección del contribuyente.
- Contrato de arrendamiento.
- Nombramiento del Gerente
- Copia de Registro de escrituras en el Registro Mercantil

4.3.1.2 Patente Municipal.

Para la patente municipal los requisitos son los siguientes:

- Copia de la cedula vigente.
- Copia del certificado de votación.
- Copia de Planilla de Servicios Básicos actualizada.
- Nombramiento del Gerente o del Representante Legal.

4.3.1.3 *Certificado de Salud.*

El permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública se detalla a continuación:

- Copia del registro único de contribuyentes (RUC Sociedades).
- Copia de la cédula de identidad y copia del certificado de votación del propietario del establecimiento.
- Permiso del cuerpo de bomberos.
- Copia de certificados de salud conferidos por los Centros de Salud del MSP.
- Pago de tasa.

4.3.1.4 *Permiso de Bomberos.*

- Solicitud de inspección.
- Informe de la inspección.
- Copia del RUC.
- Copia de la cedula.
- Copia de la calificación artesanal.
- Copia de la patente municipal.

4.3.2 ***Organización de la Microempresa.***

4.3.2.1 *La Empresa.*

“Hortacalid” es una empresa asociativa de hortalizas que forma parte del sector privado, ya que los socios o accionistas son personas naturales que no tienen vinculación con el estado. Las formas societarias más utilizadas en el Ecuador son la compañía anónima, por tal razón para el presente proyecto se ha adoptado la estructura organizativa y legal, puesto que deberá constituirse con un mínimo de cinco socios y como máximo quince que responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones.

4.3.3 Nombre, Logotipo, Misión, Visión, Valores y Políticas de la Empresa

4.3.3.1 Nombre de la Empresa

Empresa Asociativa HORTACALID

4.3.3.2 Logotipo

La presente ilustración es el logotipo que requiere en el centro de acopio HORTACALID, para dar a conocer en el mercado local, provincial y Nacional.



Gráfico1-4: Logotipo
Elaborado por: Loja, R. 2018

Para la realización del logotipo del centro de acopio Hortacalid se buscó representar de manera sencilla las características de la empresa, como es el color verde que representa la frescura de las hortalizas, con un rotulo principal que dice “Centro de acopio” que indica la actividad principal de la empresa, además de mantener una imagen moderna que refleja juventud y es agradable para el consumidor.

4.3.4 Filosofía Corporativa

4.3.4.1 Misión

“Hortacalid” es una importante empresa asociativa comercializador de productos agrícolas en Cantón Suscal, que ofrece productos frescos de calidad al consumidor con la finalidad de contribuir con el desarrollo económico y social en el cantón Suscal, a través de la generación de empleo.

4.3.4.2 *Visión.*

En los próximos 5 años será la mejor empresa comercializadora de productos agrícolas en Cantón Suscal, ofreciendo productos y brindando un servicio de la más alta calidad a través del mejoramiento continuo, la innovación en los procesos y la preservación del medio ambiente, con ética y responsabilidad, satisfaciendo las necesidades del cliente, además de exportar al exterior y de esta manera lograr el reconocimiento en mercados internacionales, garantizando la contribución y progreso del cantón Suscal.

4.3.4.3 *Políticas*

- Ofrecer un producto y brindar un mejor servicio de calidad a los consumidores de la provincia de Cañar especialmente del cantón Suscal.
- Promover la enseñanza y el mejoramiento continuo en todas las áreas y las actividades a realizarse, con el fin de ofrecer un producto que satisfaga plenamente las necesidades del cliente.
- Proporcionar estrategias competitivas y elementos adecuados para llevar a cabo un eficiente funcionamiento y administración de la empresa asociativa “Hortacalid”.
- Se impulsará el desarrollo empresarial y humanístico en cantón Suscal a través del presente proyecto.
- Brindar calidad e higiene en los procesos de elaboración.
- Alcanzar la máxima rentabilidad a través de la utilización óptima de los recursos.
- Se incentivará la cultura y prácticas ecológicas.
- Establecer principios y valores para mantener un buen ambiente de trabajo y un excelente clima laboral.

4.3.4.4 *Valores Corporativos.*

Los valores corporativos son elementos de la cultura empresarial, propios de cada compañía, dadas sus características competitivas, las condiciones de su entorno, su competencia y la expectativa de los clientes. Específicamente estamos hablando de conceptos, costumbres, actuaciones, actitudes, comportamientos, o pensamientos que en nuestro caso la empresa

asociativa “Hortacalid” asume como normas o principios de conducta o que se propone tener o lograr como una característica distintiva de su posicionamiento.

Entre los más principales e importantes tenemos:

Demostrar en todo tiempo y lugar una actitud positiva, emprendedora y optimista en y sobre nuestro trabajo, buscando sistemáticamente las soluciones y las decisiones en los problemas y las indecisiones, que tenemos como centro de acopio.

- Realizar con la máxima dedicación, esfuerzo y entrega los procedimientos que se establecen en la normativa de nuestras funciones específicas dentro del trabajo, de tal manera que nuestro centro de acopio incremente y fortalezca la cadena de valor de los procesos operativos, administrativos y comerciales.
- Actuar permanentemente con recta intención y buena fe en la ejecución de tareas, buscando siempre las formas y métodos que aseguren los óptimos resultados de éxito, productividad y eficiencia.
- Sostener y promover permanentemente relaciones humanas cordiales, respetuosas y armoniosas con los clientes proveedores, jefes, colaboradores y compañeros de trabajo.

4.3.4.5 *Reglamentos.*

Es una disposición legislativa expedida por el Poder Ejecutivo en uso de sus facultades constitucionales para hacer cumplir los objetivos de la empresa asociativa “Hortacalid”. Su objeto es hacer efectivo el cumplimiento de las leyes administrativas y permitir el buen funcionamiento de la organización.

A continuación, citamos los siguientes:

- Los colaboradores de la empresa Hortacalid deben cumplir con las leyes vigentes a nivel nacional, local, y reglamento interno dispone.
- Se debe mantener el buen nombre de la empresa, y no difundir rumores o secretos industriales que puedan afectar a la empresa.
- Cumplir con todos los horarios de trabajo y turnos a los cuales han sido asignados, de acuerdo a los requerimientos de la empresa.

- No abandonar sin justa causa el lugar o puesto de trabajo.
- Acatar las órdenes y disposiciones de trabajo de su autoridad superior, siempre y cuando estén rodeadas a la Constitución y demás leyes.
- Acatar las medidas de seguridad, prevención e higiene exigidas por las Autoridades competentes y no poner en riesgo la integridad física personal y de sus compañeros o la comunidad en general.

4.3.5 *Objetivos.*

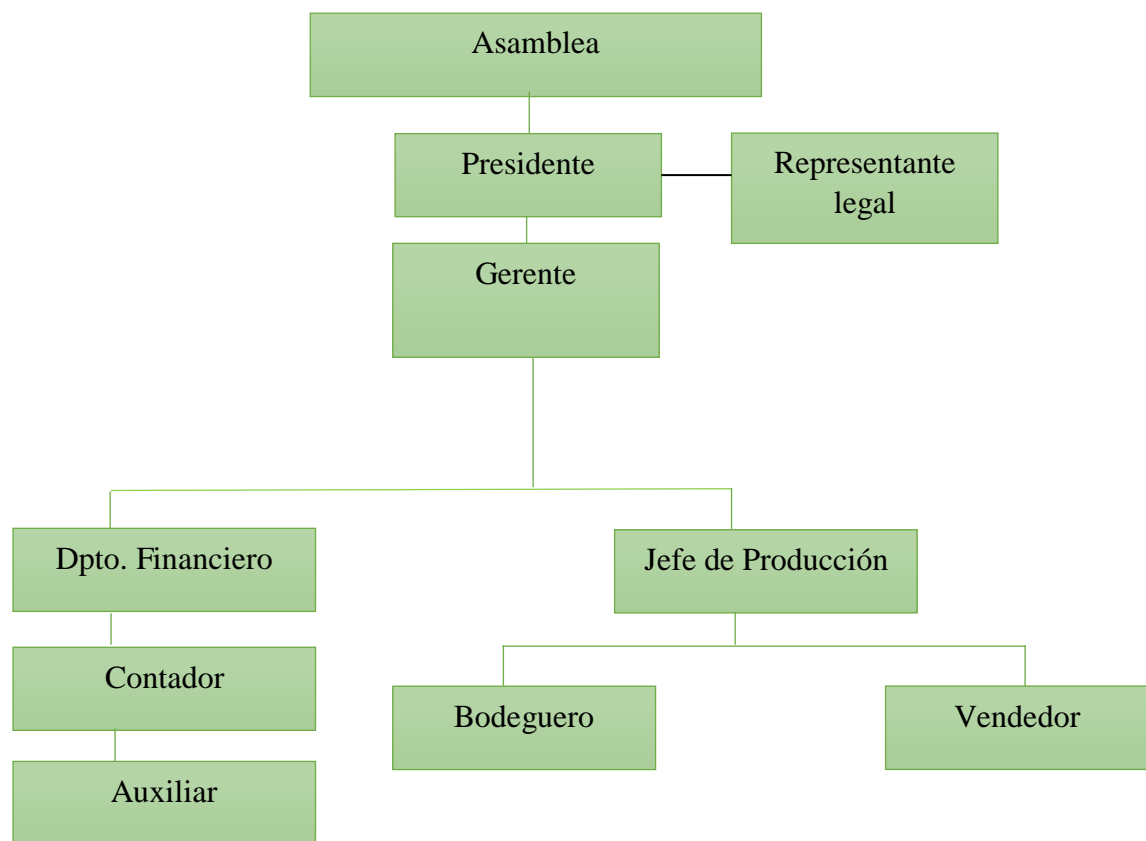
4.3.5.1 Objetivo General

Comercializar productos agrícolas frescos con los más altos estándares de calidad y cantidad a precios competitivos, implementando programas de protección ambiental.

4.3.5.2 Objetivos Específicos

- Promover el desarrollo social en el cantón Suscal a través de la generación de empleo.
- Impulsar el desarrollo de cadenas de comercialización orientados a mercados nacionales e internacionales.

4.3.6 Orgánico Estructural



Elaborado por: Loja, R. 2019

4.3.7 Orgánico Funcional

Toda sociedad cuenta en forma implícita o explícita con cierta administración de jerarquías y facultades establecidas a los miembros o mecanismos. En resultado, se puede crear que la distribución organizativa de una asociación es el bosquejo de jerarquización y división de las ocupaciones de elementos de ella.

4.3.7.1 Asamblea

La asamblea es el órgano de gobierno sus disposiciones son soberanas y se toman siempre bajo un formalismo reglamentado por las normas establecidas en sus propios estatutos y de la ley, incrementando acta de todas las actividades de un registro de las mismas.

4.3.7.2 *Presidente*

Para este caso el presidente ejercerá un poder ejecutivo con autoridad para dirigir asuntos que le competa dentro de la empresa asociativa “Hortacalid”, que garantice el crecimiento y fortalecimiento del mismo.

Funciones

- Establecer la política y lineamientos de inversión y colocación de los recursos.
- Aprobar su reglamento interno.
- Aprobar el reglamento de inversiones y las demás normas y procedimientos administrativos necesarios para el adecuado manejo de los recursos.
- Aprobar los procedimientos para los procesos de selección y contratación de mano de obra tanto calificada como no calificada.
- Presidir las sesiones de asamblea y de directorio.
- Firmar las actas y demás documentos.
- Dar cuenta por escrito de la labor del directorio en cada asamblea ordinaria y de la labor anual.
- Llevar al día el libro de ingreso y egresos además del inventario
- Confeccionar mensualmente un estado de Bultos.

4.3.7.3 *Gerente*

El Gerente de la empresa asociativa actúa como representante legal de la empresa, es responsable ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, dirigiendo y controlando las actividades de la empresa. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización.

Funciones

- Liderar la gestión estratégica
- Liderar la formulación y aplicación del plan de negocios

- Alinear a las distintas Gerencias
- Definir políticas generales de administración
- Dirigir y controlar el desempeño de las áreas
- Presentar al Directorio estados de situación e información de las marchas de la empresa
- Ser el representante de la empresa
- Desarrollar y mantener relaciones político-diplomáticas con autoridades y reguladores (Ministerios, Contraloría, etc.).
- Velar por el respeto de las normativas y reglamentos vigentes
- Actuar en coherencia con los valores organizacionales

4.3.7.4 *Contador y Auxiliar*

Es el responsable de manejar e interpretar la contabilidad de una organización, con la finalidad de diseñar mecanismos de apoyo a la gerencia para la toma de decisiones.

También debe preparar los estados contables que exige el directorio.

Funciones

- Controlar gastos y/o ingresos presupuestales, verificando la correcta aplicación de partidas genéricas y específicas.
- Preparar informes técnicos sobre el movimiento contable y efectuar conciliaciones bancarias.
- Formular balances del movimiento contable.
- Revisar y liquidar documentos contables tales como partes diarios de fondos, notas de contabilidad, recibos, cupones, asientos de ajuste y otros.
- Realizar análisis de cuentas y establecer saldos y/o preparar ajustes.
- Interpretar cuadros estadísticos del movimiento contable y cuadros de costos.
- Ejecutar el sistema contable establecido en la empresa asociativa.

4.3.7.5 *Bodeguero*

Realizar un proceso operativo en bodega, en este caso se contará con una persona que almacene productos agrícolas.

Funciones

- Manejar la bodega de productos agrícolas y sus correspondientes inventarios.
- Responsable del correcto Almacenamiento de los distintos productos a su cargo.
- Revisar y despachar los productos en forma oportuna y eficaz.
- Realizar y mantener al día el sistema de inventarios.

4.3.7.6 *Jefe de Producción*

Determinar los precios de los productos, además de hacer un estudio del mercado para poder establecer un alza en los precios del índice al consumidor con respecto a los presentados el año. Además de organizar la producción ejerciendo un estricto control sobre cada empleado, observando su rendimiento, su gasto de insumos y materiales, su forma de utilización de los recursos, etc.

Funciones

- Análisis de la Materia Prima Utilizada
- Traslado de Materiales y Disposición de la Planta
- Control de Inventario
- Control de Calidad
- Control de la Producción.

4.3.7.7 *Vendedor*

El vendedor es el elemento más importante de las ventas porque permite establecer una comunicación directa y personal con los clientes actuales y potenciales de la empresa asociativa, y, además, porque tiene la facultad de cerrar la venta y de generar y cultivar relaciones personales a corto y largo plazo con los clientes.

Funciones

- Asesorar a los clientes.
- Establecer un nexo entre el cliente y la empresa.
- Contribuir activamente a la solución de problemas.
- Contribuir con altos volúmenes de venta.

4.3.7.8 Secretaria

Es la encargada de realizar los oficios, recepción de documentos y atención al cliente, ofreciéndole un trato amable con la finalidad de que éste se sienta a gusto.

Funciones

- Presentar la propuesta de pro forma presupuestaria.
- Elaborar los informes que sean requeridos.
- Responsabilizarse de la documentación de la empresa.

4.3.8 Determinación del Precio de los Productos

Para la determinación del precio de los productos, se analizó el comportamiento del mercado, llegando a la conclusión que los precios de los productos son muy inestables; de acuerdo a la investigación los precios varían de acuerdo a la cantidad que ingrese a dicho lugar, en base al comportamiento del mercado los comerciantes oscilan los precios de comercialización considerando para las proyecciones de cálculo un 50% de incremento en el pago a los socios por su producto y para la comercialización se ejecutara un 50% de incremento a la venta esto se debe dar al valor agregado que la asociación está brindando en comparación para el año base se incrementa 1 dólar y luego se aplica el incremento como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 5-4: Precio de compra y venta

Producto libras	Precio de adquisición de socios	Precio de comercialización de socio
Acelga	0,30	0,60
Nabo	0,30	0,60
Coliflor	0,50	0,75
Repollo	0,50	0,75
Espinaca	0,30	0,60
Cebolla	0,30	0,60
Remolacha	0,75	1,00
Zanahoria	0,75	1,00

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Loja, R. 2019

La empresa asociativa se encargará de adquirir los productos agrícolas a precio de mercado, los cuales crecerán año a año de acuerdo a la política a establecer.

4.4 Estudio del Marketing

4.4.1 Comercialización

La comercialización de los productos se los realiza a través de diferentes formas, que pueden ir desde la venta directa al consumidor, o la venta a comercializadores como tiendas, supermercados, hasta llegar al consumidor final, todo dependerá de los contactos y formas de negocios implementada:

4.4.1.1 Promoción y Publicidad

- A través de la radio de mayor audiencia en la provincia, dando a conocer la ubicación y los principales productos ofrecidos.
- Dar a conocer la empresa asociativa de hortalizas “Hortacalid” por medio de las redes sociales como Facebook para obtener mayor cantidad de clientes.
- A través de los mismos comerciantes y productores.

4.5 Estudio Técnico

4.5.1 Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad instalada que se tendrá ya sea diaria, semanal, por mes o por año para el acopio de la mercadería.

4.5.1.1 Mercado

La compra y venta de productos agrícolas en la provincia de Cañar es a diario, es por esto que el proyecto presenta un camino viable para su creación, el mercado es relativamente atractivo debido al alto número de comerciantes provenientes a diferentes sectores, quienes se abastecen de mercadería para distribuir a otros mercados de diferentes ciudades del país.

4.5.1.2 Disponibilidad de Recursos Económicos

La empresa asociativa de hortalizas estará financiada por aporte de capital por parte de los accionistas de la empresa asociativa “Hortacalid”, así como de un crédito financiero que se considera la alternativa más conveniente para el proyecto, analizando la tasa de interés, plazos y oportunidades de pago. Dentro del sistema financiero de cada país existen diferentes fuentes de financiamiento para todo tipo de empresas y microempresas, en el caso de la empresa asociativa “Hortacalid” se necesitará de la Corporación Financiera Nacional.

4.5.1.3 Disponibilidad de Mano de Obra

La mano de obra que se requerirá para la empresa asociativa “Hortacalid”, será personas con conocimiento de selección, recepción, preparado, lavado, escurrido o secado, pesado empacado, etiquetado y almacenamiento de la mercadería.

Además, en este estudio se determina que el personal tenga conocimiento básico de administración, contabilidad e inventarios.

4.5.1.4 Disponibilidad de Mercadería

El cantón Suscal es un lugar que posee grandes extensiones de terreno en donde se cultivan varios productos debido a que existe un número considerable de agricultores, la producción es

constante y está en la posibilidad de abastecer la empresa asociativa de hortalizas con productos tiernos.

Los productos a comercializar serán los siguientes:

Productos a comercializar

- Acelga
- Nabo
- Coliflor
- Repollo
- Espinaca
- Cebolla
- Remolacha
- Zanahoria

4.5.1.5 Capacidad de Venta

Según la investigación de campo, se establece que la capacidad instalada será en relación a la demanda insatisfecha la cual se consideró en cubrir el 17% por ciento del mercado insatisfecho.

Tabla 6-4: Demanda a cubrir

Acelga

				A CUBRIR
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI	17,0%
1	70.170	10.504	59.666	10.143
2	72.836	10.609	62.227	10.579
3	75.604	10.715	64.889	11.031
4	78.477	10.822	67.655	11.501
5	81.459	10.931	70.529	11.990

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2019

Nabo

				A CUBRIR
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI	17%
1	70.170	15.756	54.414	9.250
2	72.836	15.914	56.923	9.677
3	75.604	16.073	59.531	10.120
4	78.477	16.233	62.244	10.581
5	81.459	16.396	65.063	11.061

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2019

Coliflor

				A CUBRIR
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI	17%
1	70.170	21.008	49.162	8.358
2	72.836	21.218	51.618	8.775
3	75.604	21.430	54.174	9.210
4	78.477	21.645	56.832	9.662
5	81.459	21.861	59.598	10.132

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2019

Repollo

				A CUBRIR
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI	17%
1	70.170	10.504	59.666	10.143
2	72.836	21.218	51.618	8.775
3	75.604	10.715	64.889	11.031
4	78.477	21.645	56.832	9.662
5	81.459	21.861	59.598	10.132

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2019

Espinaca

				A CUBRIR
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI	17,0%
1	70.170	15.756	54.414	9.250
2	72.836	15.914	56.923	9.677
3	75.604	16.073	59.531	10.120
4	78.477	16.233	62.244	10.581
5	81.459	16.396	65.063	11.061

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2019

Cebolla

				A CUBRIR
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI	17,0%
1	70.170	15.756	54.414	9.250
2	72.836	15.914	56.923	9.677
3	75.604	16.073	59.531	10.120
4	78.477	16.233	62.244	10.581
5	81.459	16.396	65.063	11.061

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2019

Remolacha

				A CUBRIR
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI	17,0%
1	70.170	31.512	38.658	6.572
2	72.836	31.827	41.009	6.972
3	75.604	32.145	43.459	7.388
4	78.477	32.467	46.010	7.822
5	81.459	32.792	48.668	8.273

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2019

Zanahoria

				A CUBRIR
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI	17,0%
1	70.170	36.764	33.406	5.679
2	72.836	37.132	35.705	6.070
3	75.604	37.503	38.101	6.477
4	78.477	37.878	40.599	6.902
5	81.459	38.257	43.202	7.344

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2019

4.5.2 Localización del Proyecto

Para determinar la localización del proyecto se realizó un estudio analítico de macro y micro localización, a través de métodos cualitativos y cuantitativos, con el objetivo de elegir el lugar más conveniente que contribuya al buen funcionamiento del proyecto.

4.5.2.1 Macro Localización

Para la macro localización se determinó el sector con una producción agrícola considerable, ubicado en la provincia de Cañar.

4.5.2.2 Mapa de Macro Localización



Ilustración 1-4: Mapa de la Provincia de Cañar

Fuente: <https://www.google.com.ec/search?biw>

4.5.2.3 Micro Localización

El presente proyecto estará ubicado en la calle Illinois junto al estadio del cantón **Suscal**.



Ilustración 2-4: Micro localización

Fuente: <https://www.google.com.ec/Cantón Suscal>

4.5.2.4 Medios de Transporte

Se contará con un camión de carga para trasladar la mercadería de aquellas personas que lo requieran, tomando en cuenta que el transporte de la mercadería corre por cuenta de los demandantes.

4.5.2.5 Disponibilidad de Mano de Obra

La mano de obra con la que se contará, dependerá de la función encomendada y su remuneración será en base a las leyes establecidas por el gobierno.

4.5.2.6 Cercanía de Abastecimiento a Mercadería

Por encontrarse ubicado en el sector en donde se encuentran los productores, es más fácil acopiar los productos y el costo disminuye por el ahorro de transporte y tiempo.

4.5.2.7 Infraestructura

La infraestructura con la que se contará es nueva, se encuentra con servicios básicos para empezar el proceso de acopio.

4.5.2.8 Cercanía al Mercado

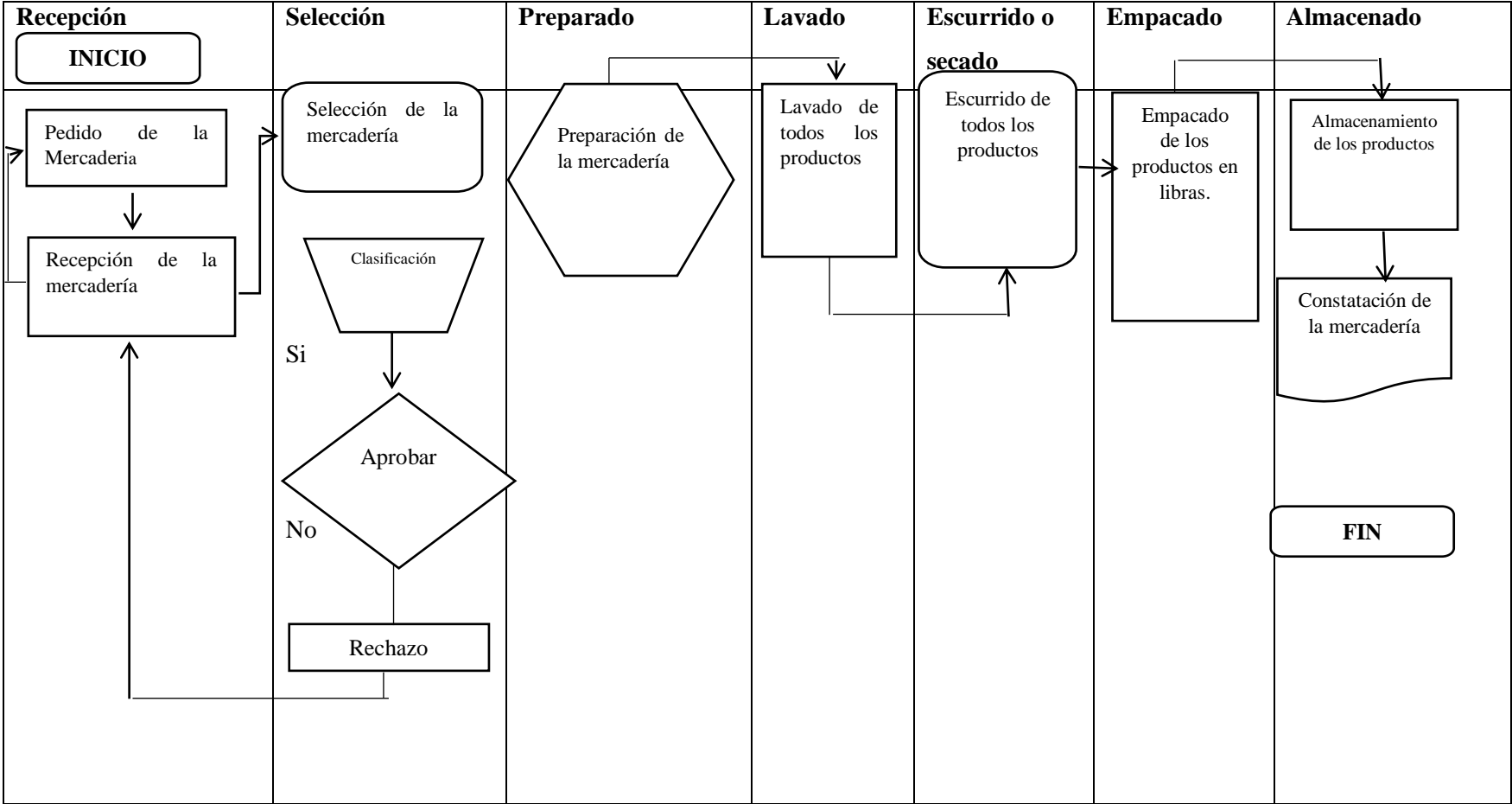
La empresa asociativa “Hortacalid”, se encuentra ubicado a solo 15 minutos del GAD municipal de Suscal, en la calle Machuca conjuntamente a la escuela Luis Napo León Dillon, lo que no aumentaran costos de transporte en la entrega de la mercadería.

4.5.2.9 Ambiente

El clima es suave, y generalmente cálido y templado, caracterizado por la presencia de gran cantidad de lluvia y la temperatura promedio en el cantón Suscal es 13.5 ° C. con precipitaciones de 584 m. Lo que lo convierte en un lugar ideal para sembrar.

4.5.3 Ingeniería del Proyecto

4.5.3.1 Flujograma del Proceso Interno de la Empresa Asociativa “Hortacalid”



4.5.3.2 *Procesos de Abastecimiento de la Mercadería*

- **Recepción del Producto**

La recepción de los productos en la empresa asociativa de acuerdo a sus características se podrá recibir el producto directamente de los productores en el centro de acopio, o también podrá acudir a los mercados cercanos o a los terrenos de los productores directos, previo una coordinación con los mismos, garantizando la calidad y buenas condiciones de los productos recibidos.

En esta sección se realiza primeramente el pedido de la mercadería, convirtiéndose en el primer paso del proceso de abastecimiento de la mercadería en el cual incluye recibir los productos, verificando la cantidad.

Para la recepción de las hortalizas a su llegada a la bodega de empaque, el producto normalmente debe ser contado o pesado separándolos por tamaños y apartando los productos en mala calidad y en algunos casos, se toman muestras para conocer su calidad y se etiqueta para identificar su origen y la fecha. Cuando hay más de un proveedor, se deberá proporcionar evidencia de la entrega que tendrá un código de identificación del producto.

El producto no puede ser llevado directamente a la línea de empaque, ya que tendrán que limpiados, lavados dependiendo el producto, de tal manera que sea fácil transportarlo a la bodega de empaque evitando que no se dañe. Las cajas individuales pueden ser descargadas manualmente sobre una carreta transportadora y enviadas directamente a la línea de empaque o a un área de espera temporal.

El proceso se lo debe realizar de la manera más rápida posible, ya que al ser productos de primera necesidad y al conocer que su vida útil es de apenas unos días, es necesario contar con un sistema ágil y eficiente en dicho proceso.

- **Selección**

El proceso de selección de la mercadería, se lo realiza minuciosamente verificando que esta se encuentre en buen estado, es decir que sea un producto fresco, recién cosechado de otra manera la mercadería tendrá que ser devuelta.

- **Lavado**

Se lavará los productos que se encuentren con residuos de tierra para evitar contaminar al resto.

- **Ecurrido o secado**

Los productos deben quedar sin residuos de agua para evitar su pudrición, los mismos que son llevados a un cuarto frio.

- **Empacado**

Los agricultores proporcionan la mercadería empacada correctamente, la empresa asociativa “Hortacalid” mantiene ese proceso y procede a verificar que estén en correcto estado.

Almacenado

Los bultos se apilan apropiadamente, evitando maltratar el producto, se las ubica en filas, clasificando de acuerdo al tamaño de las hortalizas.

4.5.3.3 Tecnología

La empresa asociativa “HORTACALID” contará con tecnología adecuada (equipos y maquinarias) para el buen funcionamiento del mismo y minimizar los gastos operativos, dicha tecnología será adquirida a través de diferentes proveedores de la ciudad.

4.5.3.4 Obras Civiles

4.5.3.5 Diseños de la Instalación de la Planta

El diseño de la empresa asociativa “Hortacalid”, va de acorde a los requerimientos exigidos para el buen funcionamiento del mismo, determinando un área para carga y descarga, lavado, secado, verificación del empacado, enfriamiento (almacenamiento – bodega), cada punto tendrá un cuarto en donde se mantenga el producto en perfectas condiciones hasta poder despachar la mercadería.

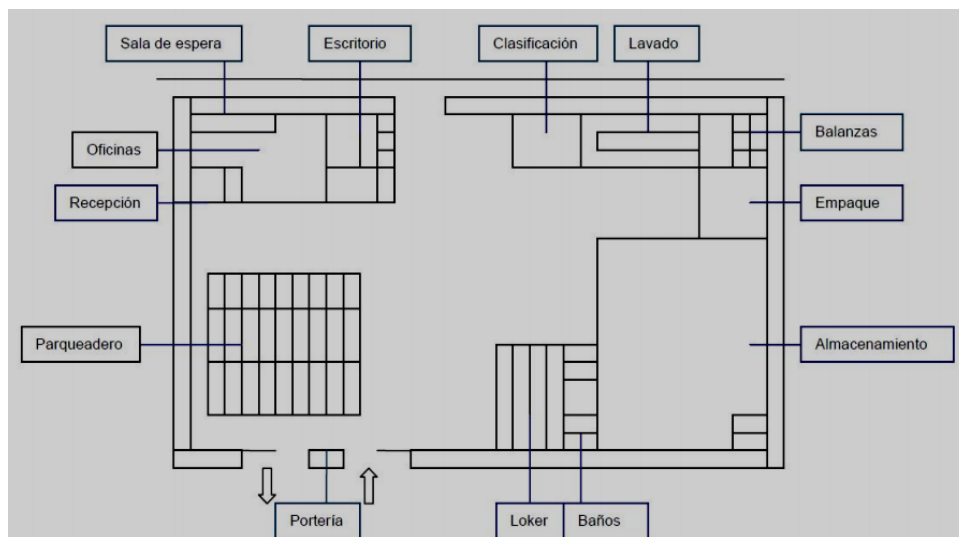


Ilustración 3-4: Planta general centro de acopio área 722m2

Fuente: "MAP CONTRUCCIONES"

Elaborado por: Loja, R. 2018

4.6 Estudio Económico Financiero

El estudio económico financiero es una herramienta que me permite conocer cuál es el listado de inversiones que debo efectuar para antes de poner en marcha un proyecto, esto nos ayudara a minimizar riesgos de operación del mismo.

4.6.1 Inversión Fija

Los activos fijos son todos aquellos activos los cuales tiene una vida útil de más de 1 año, y que son necesarios para la realización diaria de actividades dentro de la organización.

INVERSIÓN FIJA

Tabla 7-4: Inversión fija

Descripción	Valor Total
EDIFICIOS Y OBRA CIVIL	\$ 61.188,17
EDIFICIOS Y OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL	\$ 36.188,17
TERRENO	\$ 25.000,00
EQUIPO PARA LA EMPRESA	\$ 46.070,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS (PRODUCCIÓN)	\$ 46.070,00
MUEBLES YEQUIPOS ADMINISTRACIÓN	\$ 21.363,00
Muebles y enseres	\$ 0,00
MUEBLES DE OFICINA	\$ 2.783,00
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 2.580,00
Vehículo	\$ 16.000,00
TOTAL INVERSIONES FIJAS	\$ 128.621,17

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

4.6.2 Inversión Diferida

Estos activos son servicios o bienes intangibles, que son muy necesarios para el estudio y ejecución del proyecto, son sujetos a amortización y tienden a ser recuperados con el tiempo.

Tabla 8-4: Inversión diferida

Descripción	Precio Unitario	Valor Total
Estudios preliminares	900	\$ 900,00
Gasto de constitución	700	\$ 700,00
estudio de diseño	1200	\$ 1.200,00
Total		\$ 2.800,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

4.6.3 Capital de Trabajo

El Capital de Trabajo está conformado por el conjunto de recursos considerados necesarios para la consecución de un proyecto, durante un determinado periodo.

Tabla 9-4: Capital de trabajo

Descripción	Valor Total
MATERIALES	\$ 3.426,00
Costo de materia prima directo	\$ 3.426,00
MANO DE OBRA	\$ 8.458,27
MANO DE OBRA DIRECTO	\$ 8.458,27
COSTOS INDIRECTOS	\$ 1.544,90
COSTO INDERECTO FABRICACIÓN	\$ 1.544,90
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 19.544,82
Gerente	\$ 7.729,00
Contador	\$ 6.090,45
secretaria	\$ 5.725,37
GASTOS DE VENTAS	\$ 6.121,37
Bodeguero	\$ 6.121,37
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 39.095,36

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

4.6.4 Resumen de la Inversión

Dentro de esta tabla se conoce la cantidad de dinero necesario para que el proyecto funcione de forma adecuada.

Tabla 10-4: Resumen de la inversión

RESUMEN DE LA INVERSIÓN	
Rubro	Valor
Inversión Fija	\$ 128.621,17
Inversión Diferida	\$ 2.800,00
Capital de Trabajo	\$ 39.095,36
INVERSIÓN TOTAL	\$ 170.516,53

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

4.6.5 Financiamiento

El financiamiento contribuye a obtener los recursos necesarios para la ejecución del proyecto. Dentro de un proyecto se puede conocer dos tipos de financiamiento, el Capital propio y el Capital de terceros también conocidos como instituciones financieras, el financiamiento se realizará mediante la entidad bancaria BanEcuador, el 60% de la inversión será capital propio y el 40% se obtendrá mediante crédito.

Tabla 11-4: Financiamiento

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO		
Capital Propio	\$ 102.309,92	60%
Capital de Terceros	\$ 68.206,61	40%
TOTAL	\$ 170.516,53	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Capital propio

Para capital propio se estima la cantidad de \$ 102.309,92 se cubrirá mediante el aporte directo de socios.

De la población económicamente activa que es de 5742 el 31.80% se dedican a la agricultura del Cantón Suscal dándonos como resultado 1826 son productores de hortalizas orgánicas según los datos obtenidos de la encuesta de la pregunta 12, el 100% de los agricultores están dispuestos a ser futuros socios de la empresa, por ende cada socio aportara \$ 56, 03 dólares considerando que es una iniciativa de proyecto y para esta ejecución se considera necesario el aporte solo en dinero para ejecutar las compras de requerimiento para iniciar la ejecución del centro de acopio.

Tabla 12-4: Tabla de amortización del préstamo

Préstamo:	\$ 68.206,61
Tasa	
Interés:	8,33%
Plazo:	5

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Período	Pago Capital	Pago Interés	Cuota	Saldo
0				\$ 68.206,61
1	\$ 11.550,01	\$ 5.681,61	\$ 17.231,62	\$ 56.656,60
2	\$ 12.512,13	\$ 4.719,49	\$ 17.231,62	\$ 44.144,47
3	\$ 13.554,39	\$ 3.677,23	\$ 17.231,62	\$ 30.590,08
4	\$ 14.683,47	\$ 2.548,15	\$ 17.231,62	\$ 15.906,60
5	\$ 15.906,60	\$ 1.325,02	\$ 17.231,62	\$ 0,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

La tabla de amortización nos permite conocer las cuotas o letras que se deberá pagar a la institución bancaria a la cual se ha realizado un crédito, me ayuda a conocer cuál será el interés y el capital que se deberá pagar el préstamo se realizará en BanEcuador por un monto de \$ 68.206,61 dólares, a un plazo de 5 años, con una tasa de interés del 8,33%, siendo esta la tasa activa más alta de BanEcuador.

4.6.6 Costos de Producción

Cantidad de recurso económico en el cual se incurre al momento de brindar el servicio, dentro del cual se establece que tanto como la Materia Prima y Costos Indirectos de Fabricación tendrán una tasa de crecimiento que corresponde del Producto Interno Bruto al año 2018 considerando un -0,22 registrado a finales del año base de estudio lo cual ayuda a verificar la proyección para los siguientes años y las depreciaciones se establecieron de acuerdo a los años y porcentajes para cada bien con continuidad en el proceso de vía de cada bien.

Tabla 13-4: Costos de producción

Tasa de Inflación: -0,22%

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 3.426,00	\$ 3.691,94	\$ 3.987,30	\$ 4.306,28	\$ 4.650,78
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 6.913,37	\$ 6.898,16	\$ 6.882,98	\$ 6.867,84	\$ 6.852,73
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 6.913,37	\$ 6.898,16	\$ 6.882,98	\$ 6.867,84	\$ 6.852,73
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 1.544,90	\$ 17.475,84	\$ 17.656,93	\$ 17.840,04	\$ 18.025,21
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 1.544,90	\$ 17.475,84	\$ 17.656,93	\$ 17.840,04	\$ 18.025,21
DEPRECIACIONES	\$ 7.509,41	\$ 7.509,41	\$ 7.509,41	\$ 7.509,41	\$ 7.509,41
DEPRECIACIONES EQUIPOS	\$ 7.509,41	\$ 7.509,41	\$ 7.509,41	\$ 7.509,41	\$ 7.509,41
TOTAL	\$ 19.393,68	\$ 35.575,35	\$ 36.036,62	\$ 36.523,56	\$ 37.038,13

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

4.6.7 Gastos Administrativos

Los gastos de administración, son aquellos gastos que se contraen al momento de pagar a las personas encargadas de la dirección y control de una organización, aquellas personas que no participan en la realización del servicio. Para el cálculo de los gastos administrativos se tomó en cuenta que los trabajadores a partir del segundo año cobran fondos de reserva.

Tabla 14-4: Gastos administrativos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	7729	7729,00	7729,00	7729,00	7729,00
Contador	6090,452	6090,45	6090,45	6090,45	6090,45
secretaria	5725,368	5725,37	5725,37	5725,37	5725,37
TOTAL	\$ 19.544,82	\$ 19.544,82	\$ 19.544,82	\$ 19.544,82	\$ 19.544,82

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

4.6.8 Gastos de Ventas

Son los gastos a las que se incurre al momento que se realiza aportación de hortalizas para entrega a las empresas de producción hortalizas, este gasto contribuye a incrementar las ventas. Se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 15-4: Gastos de ventas

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bodeguero	\$ 6.121,37	\$ 6.107,90	\$ 6.094,46	\$ 6.081,06	\$ 6.067,68
Empacadora	\$ 6.121,37	\$ 6.107,90	\$ 6.094,46	\$ 6.081,06	\$ 6.067,68
TOTAL	\$ 12.242,74	\$ 12.215,80	\$ 12.188,93	\$ 12.162,11	\$ 12.135,35

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

4.6.9 Gastos Financieros

Son aquellos gastos que se desembolsan por motivo de intereses por créditos realizados a instituciones financieras, como se muestra a continuación:

Tabla 16-4: Gastos financieros

Cantidad	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Intereses del Préstamo	\$ 5.681,61	\$ 4.719,49	\$ 3.677,23	\$ 2.548,15	\$ 1.325,02
TOTAL		\$ 5.681,61	\$ 4.719,49	\$ 3.677,23	\$ 2.548,15	\$ 1.325,02

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

4.6.10 Ingresos

Los ingresos son la relación del número total de Hortalizas anual que se acopia y se da su valor agregado considerando el precio de su incremento del 45% y considerando un 17% de la población de demanda insatisfecha a cubrir.

Tabla 17-4: Precio

Años	Incremento 45%					
		1	2	3	4	5
1	0,60	0,87	1,26	<1,83	2,65	3,85
2	0,60	0,87	1,26	1,83	2,65	3,85
3	0,75	1,02	1,41	1,98	2,80	4,00
4	0,75	1,02	1,41	1,98	2,80	4,00
5	0,60	0,87	1,26	1,83	2,65	3,85
6	0,60	0,87	1,26	1,83	2,65	3,85
7	1,00	1,27	1,66	2,23	3,05	4,25
8	1,00	1,27	1,66	12,23	3,05	4,25

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Tabla 18-4: Ingresos

Productos/Servicios	Precio Unitario	Proyección Ingresos (Demanda Insatisfecha)				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
acelga	0,60	10.143	10.579	11.031	11.501	11.990
		8824,58	13344,95	20177,85	30504,96	46111,13
Nabo	0,60	9.250	9.677	10.120	10.581	11.061
		8824,58	12207,36	18511,86	28065,12	42537,98
coliflor	0,75	8.358	8.775	9.210	9.662	9.662
		8524,66	12386,05	17367,45	24590,48	35063,88
Repollo	0,75	10.143	8.775	11.031	9.662	10.132
		10346,06	12386,05	21832,52	27074,51	40484,59
espinaca	0,60	9.250	9.677	10.120	10.581	11.061
		8047,81	12207,36	18511,86	28065,12	42537,98
Cebolla	0,60	9.250	9.677	10.120	10.581	11.061
		8047,81	12207,36	18511,86	28065,12	42537,98
remolacha	1,00	6.572	6.972	7.388	7.822	8.273
		8346,23	11583,25	16469,09	23874,30	35127,96
Zanahoria	1,00	5.679	6.070	6.477	6.902	7.344
		7212,32	10084,96	14438,79	21066,50	31183,17
TOTAL		\$ 68.174,03	\$ 96.407,34	\$ 145.821,28	\$ 211.306,11	\$ 315.584,69

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

4.7 Evaluación Económica Financiera

El estudio de evaluación económica - financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto para ver si la inversión propuesta será económica rentable.

4.7.1 Estado de Resultados

Estado resultado es también conocido como el estado de pérdidas y ganancias, consta de un documento que detalla los ingresos y gastos de una organización y su beneficio o perdido de un tiempo determinado.

Tabla 19-4: Estado de resultados

RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	68.174,03	96.407,34	145.821,28	211.306,11	315.584,69
- Costo de Producción	19.393,68	35.575,35	36.036,62	36.523,56	37.038,13
= Utilidad Bruta	48.780,36	60.831,99	109.784,66	174.782,55	278.546,56
- Gastos de Administración	19.544,82	19.544,82	19.544,82	19.544,82	19.544,82
- Gastos de Ventas	12.242,74	12.215,80	12.188,93	12.162,11	12.135,35
- Gastos Financieros	5.681,61	4.719,49	3.677,23	2.548,15	1.325,02
= Utilidad antes de Impuestos	11.311,19	24.351,88	74.373,68	140.527,47	245.541,37
- 15% Participación Trabajadores	1.696,68	3.652,78	11.156,05	21.079,12	-\$ 36.831,20
- Impuesto a la Renta	2.488,46	5.357,41	16.362,21	30.916,04	-\$ 54.019,10
= Utilidad Neta	\$ 7.126,05	\$ 15.341,68	\$ 46.855,42	\$ 88.532,30	154.691,06

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

4.7.2 Balance General

Este balance me permite conocer de forma detallada los activos, pasivos y patrimonio que posee la organización.

Tabla 20-4: Balance general

RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO CORRIENTE	39.095,36	61.599,02	90.964,99	149.301,77	230.845,08	374.173,60
Caja	39.095,36	61.599,02	90.964,99	149.301,77	230.845,08	374.173,60
ACTIVO FIJO	128.621,17	101.914,20	75.207,24	48.500,27	37.149,97	25.799,67
EDIFICIOS Y OBRA CIVIL	61.188,17	61.188,17	61.188,17	61.188,17	61.188,17	61.188,17
EQUIPO PARA LA EMPRESA	46.070,00	46.070,00	46.070,00	46.070,00	46.070,00	46.070,00
MUEBLES Y EQUIPOS ADMINISTRACIÓN	21.363,00	21.363,00	21.363,00	21.363,00	21.363,00	21.363,00
- Depreciaciones	0,00	26.706,97	53.413,93	80.120,90	91.471,20	102.821,50
ACTIVO DIFERIDO	2.800,00	2.240,00	1.680,00	1.120,00	560,00	0,00
Gastos diferidos	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00
- Amortizaciones	0,00	\$ 560,00	1.120,00	1.680,00	2.240,00	2.800,00
TOTAL DE ACTIVOS	170.516,53	165.753,23	167.852,22	198.922,04	268.555,05	399.973,27
PASIVO	68.206,61	56.656,60	44.144,47	30.590,08	15.906,60	0,00
Corriente	11.550,01	12.512,13	13.554,39	14.683,47	15.906,60	0,00
No Corriente	56.656,60	44.144,47	30.590,08	15.906,60	0,00	0,00
PATRIMONIO	102.309,92	109.435,97	124.777,65	171.633,07	260.165,37	414.856,43
Capital	102.309,92	102.309,92	102.309,92	102.309,92	102.309,92	102.309,92
Resultados del Ejercicio	0,00	7.126,05	\$ 15.341,68	46.855,42	88.532,30	154.691,06
Resultados Acumulados	0,00	\$ 0,00	\$ 7.126,05	\$ 22.467,73	69.323,15	157.855,46
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	170.516,53	166.092,56	168.922,11	202.223,14	276.071,98	414.856,43

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

4.7.3 Flujo Neto del Efectivo

El flujo neto de efectivo me permite conocer los movimientos de ingresos y gastos, en un determinado periodo de tiempo, para efecto del proyecto, el periodo será de 5 años.

Tabla. 21-4: Flujo neto del efectivo

RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas		\$ 68.174,03	\$ 96.407,34	\$ 145.821,28	\$ 211.306,11	\$ 315.584,69
- Costo de Producción		-\$ 19.393,68	-\$ 35.575,35	-\$ 36.036,62	-\$ 36.523,56	-\$ 37.038,13
= Utilidad Bruta		\$ 48.780,36	\$ 60.831,99	\$ 109.784,66	\$ 174.782,55	\$ 278.546,56
- Gastos de Administración		-\$ 19.544,82	-\$ 19.544,82	-\$ 19.544,82	-\$ 19.544,82	-\$ 19.544,82
- Gastos de Ventas		-\$ 12.242,74	-\$ 12.215,80	-\$ 12.188,93	-\$ 12.162,11	-\$ 12.135,35
- Gastos Financieros (Intereses)		-\$ 5.681,61	-\$ 4.719,49	-\$ 3.677,23	-\$ 2.548,15	-\$ 1.325,02
= Utilidad antes de Impuestos		\$ 11.311,19	\$ 24.351,88	\$ 74.373,68	\$ 140.527,47	\$ 245.541,37
- 15% Participación Trabajadores		-\$ 1.696,68	-\$ 3.652,78	-\$ 11.156,05	-\$ 21.079,12	-\$ 36.831,20
- Impuesto a la Renta		-\$ 2.827,80	-\$ 6.087,97	-\$ 18.593,42	-\$ 35.131,87	-\$ 61.385,34
= Utilidad Neta		\$ 6.786,72	\$ 14.611,13	\$ 44.624,21	\$ 84.316,48	\$ 147.324,82
+ Depreciaciones		\$ 26.706,97	\$ 26.706,97	\$ 26.706,97	\$ 11.350,30	\$ 11.350,30
+ Amortizaciones		\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00
- Pago Préstamo (Capital)		-\$ 11.550,01	-\$ 12.512,13	-\$ 13.554,39	-\$ 14.683,47	-\$ 15.906,60
+ Valor de Salvamento						\$ 56.751,50
- Inversiones						
Fija	-\$ 128.621,17					
Diferida	-\$ 2.800,00					
Capital de Trabajo	-\$ 39.095,36					
= Flujo Neto de Efectivo	-\$ 170.516,53	\$ 22.503,67	\$ 29.365,96	\$ 58.336,79	\$ 81.543,31	\$ 200.080,02

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

4.7.4 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio me permite conocer cuál es la cantidad de paquetes que debo vender para satisfacer mis costos dentro de un periodo de tiempo.

Punto de equilibrio año 1

Tabla 22-4: Punto de equilibrio año 1

RUBROS	AÑO 1	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos de Producción		\$ 19.393,68
Gastos Administrativos	\$ 19.544,82	
Gastos de Ventas		\$ 12.242,74
Gastos Financieros	\$ 5.681,61	
TOTALES	\$ 25.226,43	\$ 31.636,41
Ventas	68174,03	
Punto de Equilibrio	\$ 47.068,95	
PE sobre Ventas (%)	69%	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

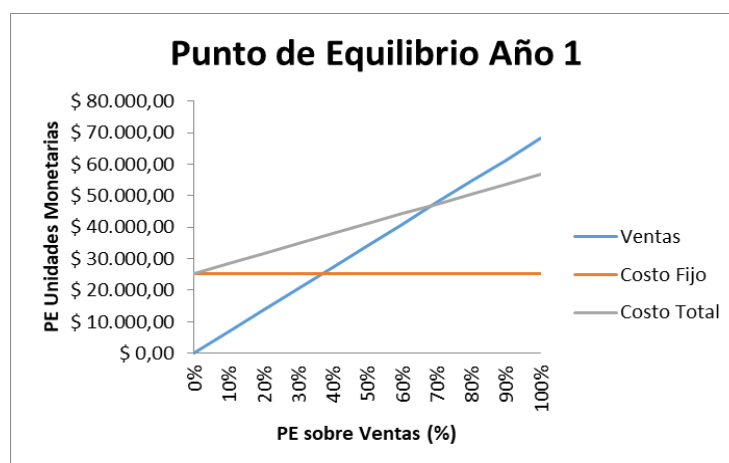


Gráfico 2-4: Punto de equilibrio año 1

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Análisis: Desde el año 1 del proyecto el punto de equilibrio se sitúa en el 69%, es decir que para que la empresa empiece a ganar, deberá vender por lo menos el 70% de su producción.

Punto de equilibrio año 2

Tabla. 23-4: Punto de equilibrio año 2

RUBROS	AÑO 2	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos de Producción		\$ 35.575,35
Gastos Administrativos	\$ 19.544,82	
Gastos de Ventas		\$ 12.215,80
Gastos Financieros	\$ 4.719,49	
TOTALES	\$ 24.264,31	\$ 47.791,15
Ventas	96407,34	
Punto de Equilibrio	\$ 48.116,85	
PE sobre Ventas (%)	50%	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

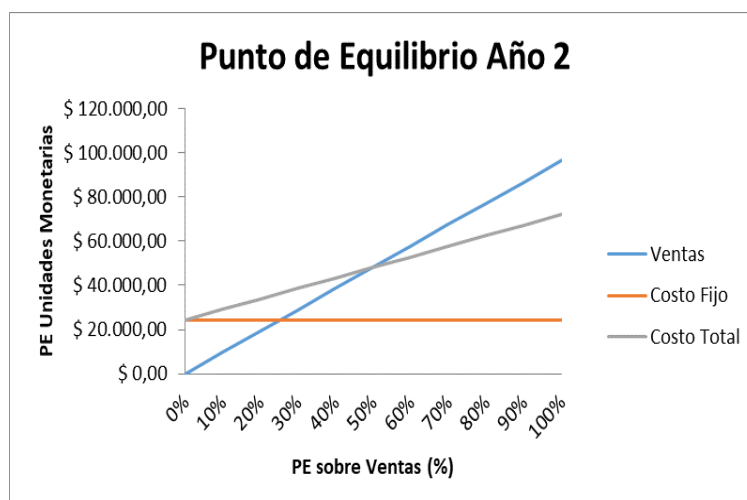


Gráfico 3-4: Punto de equilibrio año 2

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Análisis: Desde el año 2 del proyecto el punto de equilibrio se sitúa en el 50%, es decir que para que la empresa empiece a ganar, deberá vender por lo menos el 51% de su producción.

Punto de equilibrio año 3

Tabla 24-4: Punto de equilibrio año 3

RUBROS	AÑO 3	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos de Producción		\$ 36.036,62
Gastos Administrativos	\$ 19.544,82	
Gastos de Ventas		\$ 12.188,93
Gastos Financieros	\$ 3.677,23	
TOTALES	\$ 23.222,05	\$ 48.225,54
Ventas	145821,28	
Punto de Equilibrio	\$ 34.696,90	
PE sobre Ventas (%)	24%	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

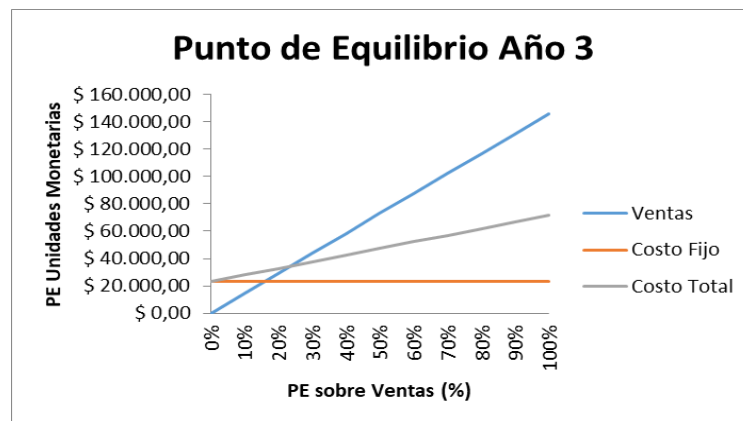


Gráfico 4-4: Punto de equilibrio año 3

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Análisis: Desde el año 3 del proyecto el punto de equilibrio se sitúa en el 24%, es decir que para que la empresa empiece a ganar, deberá vender por lo menos el 25% de su producción.

Punto de equilibrio año 4

Tabla 25-4: Punto de equilibrio año 4

RUBROS	AÑO 4	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos de Producción		\$ 36.523,56
Gastos Administrativos	\$ 19.544,82	
Gastos de Ventas		\$ 12.162,11
Gastos Financieros	\$ 2.548,15	
TOTALES	\$ 22.092,97	\$ 48.685,67
Ventas	211306,11	
Punto de Equilibrio	\$ 28.707,22	
PE sobre Ventas (%)	14%	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

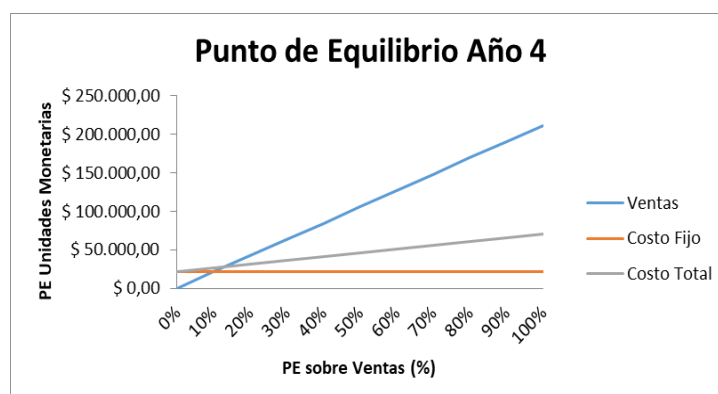


Gráfico 5-4: Punto de equilibrio año 4

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Análisis: Desde el año 4 del proyecto el punto de equilibrio se sitúa en el 14%, es decir que para que la empresa empiece a ganar, deberá vender por lo menos el 15% de su producción.

Punto de equilibrio año 5

Tabla 26-4: Punto de equilibrio año 5

RUBROS	AÑO 5	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos de Producción		\$ 37.038,13
Gastos Administrativos	\$ 19.544,82	
Gastos de Ventas		\$ 12.135,35
Gastos Financieros	\$ 1.325,02	
TOTALES	\$ 20.869,84	\$ 49.173,48
Ventas	315584,69	
Punto de Equilibrio	\$ 24.721,94	
PE sobre Ventas (%)	8%	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

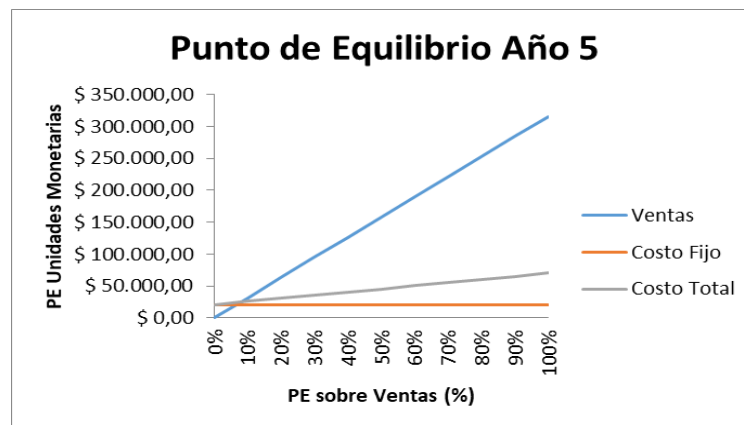


Gráfico 6-4: Punto de equilibrio año 5

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Análisis: Desde el año 5 del proyecto el punto de equilibrio se sitúa en el 8%, es decir que para que la empresa empiece a ganar, deberá vender por lo menos el 9% de su producción.

4.7.5 Valor Actual Neto

Para la determinación de la tasa de descuento se aplicó de la siguiente manera cómo muestra a continuación.

Tabla 27-4: Tasa de descuento

	Estructura de financiamiento	% Ban Central	Ponderación
Capital propio de la empresa	60%	7,05%	4,23%
Crédito	40%	8,33%	3,33%
Riesgo de inversión			10%
TOTAL			17,56%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Tabla 28-4: Valor actual neto

TASA DE DESCUENTO: 17,56%

AÑOS	FACTOR NETO ACTUALIZADO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 170.516,53	1,000000	-\$ 170.516,53	-\$ 170.516,53
1	\$ 22.503,67	0,850615	\$ 19.141,96	-\$ 151.374,57
2	\$ 29.365,96	0,723546	\$ 21.247,62	-\$ 130.126,95
3	\$ 58.336,79	0,615459	\$ 35.903,90	-\$ 94.223,05
4	\$ 81.543,31	0,523519	\$ 42.689,44	-\$ 51.533,61
5	\$ 200.080,02	0,445313	\$ 89.098,19	\$ 37.564,58

VAN \$ 37564,58

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Luego de realizar el procedimiento para la obtención del valor actual neto podemos observar que el mismo es viable, al poseer un valor positivo de \$ 37.564,58

4.7.6 Tasa Interna de Retorno

TIR= 24%

La tasa interna de retorno es del 24%, al ser la tasa interna de retorno mayor a Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento, se puede concluir que el proyecto es rentable.

4.7.7 Periodo de Recuperación de la Inversión

Tabla 29-4: Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	FACTOR NETO ACTUALIZADO	FACTOR NETO DE ACTUALIZACIÓN	FACTOR NETO ACTUALIZADOS	FACTOR NETO ACTUALIZADO Y ACUMULADOS
0	-\$ 170.516,53	1,000000	-\$ 170.516,53	-\$ 170.516,53
1	\$ 22.503,67	0,850615	\$ 19.141,96	-\$ 151.374,57
2	\$ 29.365,96	0,723546	\$ 21.247,62	-\$ 130.126,95
3	\$ 58.336,79	0,615459	\$ 35.903,90	-\$ 94.223,05
4	\$ 81.543,31	0,523519	\$ 42.689,44	-\$ 51.533,61
5	\$ 200.080,02	0,445313	\$ 89.098,19	\$ 37.564,58

$$PRI = \text{Año Últ. Neg. FNE Act. y Acum.} \left\{ \left| \frac{\text{Último Neg. FNE Act. y Acum.}}{\text{FNE Actualizado del Año Siguiente}} \right| * 12 \right\}$$

$$= 4 \left\{ \left| -51.533,61 / 89.098,19 \right| * 12 \right\}$$

$$4 \wedge 0,58$$

PRI= 4 años, 7 meses

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

El periodo de recuperación de la inversión, es extenso debido a la cantidad de dinero que se ha invertido, la recuperación de la inversión será en 4 años, 7 meses.

4.7.8 Relación Beneficio Costo

Tabla 30-4: Relación beneficio Costo

AÑOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	1,000000	\$ 0,00	-\$ 170.516,53	\$ 0,00	-\$ 170.516,53
1	0,850615	\$ 22.503,67		\$ 19.141,96	\$ 0,00
2	0,723546	\$ 29.365,96		\$ 21.247,62	\$ 0,00
3	0,615459	\$ 58.336,79		\$ 35.903,90	\$ 0,00
4	0,523519	\$ 81.543,31		\$ 42.689,44	\$ 0,00
5	0,445313	\$ 200.080,02		\$ 89.098,19	\$ 0,00
				\$ 208.081,11	

$$R\ B/C = \frac{\text{SUMA DE INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{SUMA DE EGRESOS ACTUALIZADOS} + \text{INVERSION}}$$

$$= \frac{\$ 208.081,11}{0,00+170.516,53}$$

$$R\ B/C = \$1,22$$

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

Dentro de la relación costo-beneficio, podemos analizar que por cada dólar que se invierte en el proyecto, se obtendrá una utilidad de 1,22 centavos, la inversión se considera rentable desde el punto de vista económico-financiero.

4.8 Estudio de Impactos Ambiental

Una vez conocidas todas las etapas de producción de las hortalizas orgánicas, se realizó una matriz de impacto ambiental, para su calificación se tuvo en cuenta la matriz Leopold y cribado con modificaciones para este caso.

4.8.1 Criterios de Evaluación

Para conocer el nivel o magnitud del impacto causado por cada actividad se determinó un rango de valoración, donde 1 corresponde a bajo impacto, 2 se genera un impacto moderado y 3 alto impacto.

Se definieron 4 parámetros de evaluación que se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 31-4: Parámetros de evaluación.

PARAMETRO	DESCRIPCION	RANGO
ALCANCE	LOCAL: Impacto que se presenta en el área de influencia del cultivo de hortalizas orgánicas y que afecta los componentes bióticos.	1
	ZONAL: impacto que afecta de manera más generalizada y en mayor proporción el cultivo de hortalizas orgánicas, los recursos naturales renovables, y a la comunidad.	2
CANTIDAD	DESPRECIABLE	1
	MEDIANA	2
	MUY ALTA	3
FRECUENCIA	SEMESTRAL	1
	MENSUAL	2
	SEMANAL	3
LEGISLACIÓN AMBIENTAL	Existencia de Leyes, Normas o Decretos sobre los aspectos generados por la empresa. (Leyes vigente/ Cumplimiento de leyes por la empresa) esto determinara el porcentaje de cumplimiento de normas para aportar la disminución en la contaminación.	1
	Inexistencia de Leyes, Normas o Decretos Sobre los aspectos generados por la empresa. (Total de leyes de la empresa/Cumplimiento de leyes actuales) de esta forma se conocerá el nivel de cumplimiento de los estatutos vigentes en la asociación.	2

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

4.8.2 Nivel de significancia del aspecto ambiental

La significancia del aspecto ambiental es el resultado de dividir el número máximo que es 18 en tres. Clasificando el aspecto como alto, mediano y bajo.

Tabla 32-4: Valoración de la Significancia del Aspecto Ambiental

VALORACIÓN	
Impacto Alto	Entre 12 y 17
Impacto Medio	Entre 6 y 11
Impacto Bajo	Entre 1 y 5

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

4.8.3 Análisis de evaluación de impacto ambiental

En cada etapa de la producción y comercialización de hortalizas orgánicas, se identificaron una serie de variables donde se midieron los impactos más significativos y el resultado indicó que medianamente se afecta el suelo por los fertilizantes orgánicos que se emplean en algunas de las fases, la mayoría de etapas arrojó como resultado un impacto bajo, esto quiere decir que de cierta forma se están empleando unas buenas prácticas de manejo a los recursos naturales con uso de fertilizantes de baja toxicidad, además por ser en éste caso un hortalizas orgánicas sostenible, se puede apreciar en la matriz de impactos el hortalizas orgánicas de la Asociación no presenta impactos significativos altos que atente contra la dinámica eco sistémica.

4.8.4 Matriz de Impacto Ambiental

Tabla 33-4: Matriz de Impacto Ambiental

ETAPA DE PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS ORGÁNICAS	Descripción de la actividad	Aspecto	Impacto Ambiental	Medidas de Prevención	Medidas de Control	Medidas de Mitigación
Germinador	Espacio donde germina y brote el grano de hortalizas orgánicas	Consumo de materia prima maderable	Contaminación del suelo por filtrado de la solución agua	Utilizar medios para prevenir enfermedades agua caliente y arena lavada de río.	Cambiar el sitio de ubicación del germinador para darle espacio a la planta para que empiece a desarrollarse	Construcción elevada del germinador, para darle mayor rendimiento al cultivo
Almácigo	Desarrollo adecuado y selección de tras plata para establecimiento definitivo del cultivo	Consumo de plástico	Contaminación del suelo por agroquímicos de otros cultivos aledaños	Capacitación a operarios en selección de aplicación de agroquímicos, buen uso y manejo	Uso y manejo integrado de plagas y enfermedades, para la conservación del cultivo.	Establecer para darle una mayor protección al cultivo, erradicar las raíces atacadas.
Hoyo	Un hoyo de tamaño adecuado permite un buen desarrollo de la plántula en su sistema radicular, asegurando una mejor nutrición.	Generación de residuos orgánicos	Erosión	No hoyo en épocas de lluvia para evitar inundaciones	Manejo adecuado del hoyo para la preservación del suelo	Establecer coberturas para beneficio de la planta.
Siembra	Listo el terreno se procede hacer la siembra, se marcan los puntos con cordones templados, distanciados 25 cm.	Consumo de agua y suelo	Contaminación por residuos sólidos	Capacitación a operarios y productores en el manejo del recurso suelo	Ejecutar un programa de reciclaje, que incluya una recolección manual y adecuada disposición de las bolsas plásticas	Barreras para proteger la planta de posibles agresiones.
Fertilización	Se le dan los elementos	Consumo	Disminución del	Utilizar los abonos	Racionalizar el uso	Sembrar y utilizar

	necesarios a la planta que no les aporta el suelo.	de materia orgánica	potencial productivo del suelo por fertilizantes orgánicos, contaminación de fuentes de agua	orgánicos para el bienestar de la tierra.	restringido de fertilizantes apoyados en análisis de suelos, de ésta manera se sabe con exactitud qué elementos requiere el suelo.	abonos orgánicos.
Manejo de Suelo	Establecer prácticas de conservación de suelo, se analiza el tipo de fertilizante que requiera.	Consumo de fertilizantes	Erosión	Capacitaciones sobre las buenas prácticas agrícolas.	Registros de las labores de la Asociación.	Capacitaciones sobre el uso adecuado del suelo.
Tratamiento	Método de limpieza con agua, remover el suelo	Generación de residuos	Contaminación de agua.	Charlas informativas para el buen control de la actividad	Mecanismos y prácticas que contaminen en menor proporción.	Uso correcto de las prácticas culturales.
Clasificado	Se separan y se seleccionan por tamaño, peso y forma.	Generación de residuos.	Contaminación de fuentes suelo	Rejillas en las fuentes de agua.	Registros de la magnitud del impacto para hacer las respectivas correcciones	Tomar medidas pertinentes para evitar el daño generado en esta actividad.
Distribución y Almacenamiento	Las hortalizas son puestos en recipientes apropiados para comercializar en el centro de acopio	Generación de empleo.	Contaminación del aire.	No genera un impacto significativo.	Registros de cuanto se transporta, para estudio de viabilidad.	No afecta.
Empaque y Distribución	Cada comercializadora se encarga de dar las condiciones de empaque, etiquetado y distribución.	Generación de empleo	Contaminación del aire.	La utilización de empaques “verdes” ayuda a minimizar la contaminación originada por el plástico	Tener en cuenta el alto grado de contaminación del plástico en el medio.	Charlas explicativas del uso y beneficios del empaque verde.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

4.8.5 Principales Recursos Naturales Asociados a la Actividad del Proyecto

Tabla 34-4: Principales Recursos Naturales Asociados al Proyecto.

RECURSO	COSECHA
AGUA	El uso del recurso en esta etapa es prácticamente nulo y su uso se limita principalmente al lavado de canastas destinadas para la recolección de las hortalizas para la producción en un grado menor que no vincula el uso de detergentes ni otros productos.
ENERGÉTICOS	A hacerse la recolección de manera manual, no hay empleo de energía distinta a la biocinética del personal.
FORESTALES	El recurso forestal empleado durante esta actividad se limita al impacto asociado por el tránsito del personal recolector del área de desarrollo del cultivo, siendo mínimo.
RECURSO	RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA
ANTROPOSFÉRICO	Se emplea mano de obra para medir materia prima
RECURSO	PESADO Y SELECCIÓN
AGUA	No existe demanda del recurso
ENERGÉTICOS	Al realizarse el pesado con balanzas análogas No existe demanda del recurso energético fuera de la iluminación del área de trabajo.
SUELO	Se lleva la materia prima descartada por condiciones de calidad
ANTROPOSFÉRICO	La demanda de mano de obra para el pesaje de las hortalizas seleccionado
RECURSO	ALMACANAMIENTO
AGUA	Se demanda el recurso para el lavado del recinto de almacenamiento cada vez que se requiera mantenimiento.
ANTROPOSFÉRICO	Mano de obra materia prima y movilización
PAISAJÍSTICO	No existe demanda del recurso
RECURSO	FERTILIZACIÓN
AGUA	Aportes de demanda biológico oxígeno menores superficiales y subterráneas
ENERGÉTICOS	Al hacerse de manera manual no hay empleo de energía diferente a la biocinética del personal recolector.

FORESTALES	El recurso forestal empleado durante esta actividad proviene de los mismos residuos orgánicos generados por la misma.
SUELO	Se puede presentar alguna alteración de la calidad microbiológica natural del suelo por la adición de materiales orgánicos
AIRE	Molestia por olores
ANTROPOSFÉRICO	Demanda de mano de obra para fertilización de la plantación
RECURSO	CLASIFICADO
AGUA	Contaminación de fuentes acuíferas por la generación de residuos
ENERGETICO	Mano de obra
SUELO	Contaminación mínima por residuos orgánicos.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Loja, R. 2018

CONCLUSIONES

- En el estudio de Mercado se determinó que en el cantón Suscal el 31,80% son agricultores que se dedican a la producción de hortalizas orgánicas y estas son comercializadas en el mercado a los intermediarios que aprovechan en el precio ocasionado unos bajos recursos económicos a los agricultores.
- La investigación determina el número de habitantes 5742 personas de las cuales se sacó una muestra de 360 para ejecutar las encuestas y esta información se determinó que el 100% de encuestados estaban dispuestos a ser socios de la asociación y de esta forma generar empleo y eliminar al intermediario fomentando el crecimiento económico de la localidad.
- Mediante la evaluación económica financiera se determinó que el proyecto es viable considerando que el Valor Actual Neto (VAN) es de \$37564,58, Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 24%, la relación costo beneficio (RB/C) es de \$1,22 La Periodo de Recuperación de la inversión (PRI) es de 4 años 7 meses de mediante estos indicadores el proyecto se podrá ejecutar en el cantón.

RECOMENDACIONES

- Una vez sustentada teórica y metodológicamente e factibilidad de hortalizas orgánicas en base a los requerimientos del presente proyecto se recomienda a los futuros investigadores de este tipo de proyectos, dotar de más herramientas técnicas no tradicionales para un mejor desenvolvimiento.
- Se recomienda realizar un estudio minucioso de la situación actual del producto, ya que día a día el productor sigue creciendo en los mercados para lo cual se requiere estar actualizado con la información mercantil de la zona productora de hortalizas.
- Mejorar las actividades y procedimientos de identificación de mercado, así como de la respuesta a los riesgos que se puedan generar en el desarrollo de la comercialización de hortalizas ocasionando una mala toma de decisiones de la gestión administrativa y financiera.
- Dar capacitación financiera a los agricultores del Cantón Suscal para el manejo óptimo de sus recursos económicos y de esta manera mejoren las condiciones de vida.
- Se recomienda que la empresa asociativa “Hortacalid” tenga una organización adecuada en las áreas administrativas contables, financieras y técnicas, para así procurar el buen manejo de los recursos disponibles buscando siempre el progreso y consolidación de la misma.
- Poner los énfasis en el manejo ambiental de la microempresa a fin de conseguir posteriormente el sello verde lo que ayudara a conseguir nuevos nichos de mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. 6ª ed. México: McGraw-Hill.
- Blanco, A. (2007). *Formulación y evaluación de proyectos*. 6ª ed. México: McGraw-Hill.
- Banco Central del Ecuador. (2017). *Tasas de Interés*. Recuperado de:
<https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Chain, S. (2001). *Evaluación de proyectos de inversión en la empresa* Argentina: Gráfica Pinter S.A.
- Collazos, J. (2002). *El estudio de mercado en los proyectos de inversión*. Colombia. San Marcos.
- Coraggio, J. (2011). *El trabajo antes que el capital*. Recuperado de:
<http://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/economiasocial.pdf> [Consulta: 10 de enero de 2014] .
- Córdoba, P. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. 2ª. ed. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- ANC. (2016). *Constitución del Ecuador Ley de Prevención y Control de la contaminación ambiental*. Quito: ANC.
- Da Ros, G. (2001). *Realidad y Desafíos de la Economía Solidaria Iniciativas comunitarias y cooperativas en el Ecuador*. Quito: ABYA-YALA.
- Guerra, P. (2012). *Miradas Globales para otra Economía*. Barcelona: SETEM.
- INEC. (2010). *INEC-Censo Nacional Económico*. Recuperado de:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-nacional-economico/>
- INEC. (2010). *Información Censal Cantonal*. Recuperado de:
http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_content&view=article&id=232&Itemid=129&lang=es

Lara, B. (2010). *Como elaborar proyectos de inversión*. Quito: Oseas Espin.

Marcillo, C.(2010). *Economía Solidaria: Teoría y realidades de éxitos comunitarios. Historias de superación en Ecuador y Castilla La Mancha*. Quito: Fundación Iberoamericana para el Desarrollo.

Orellana, M. (2007). *La economía solidaria como forma de organización económica alternativa al sistema capitalista global*. Recuperado de: http://www.observatori.org/documents/eco_solidaria_cas.pdf .

Oficina de Integridad de Investigación ORI . (Enero de 2006). *Conceptos Básicos de Investigación*. Obtenido de https://ori.hhs.gov/education/products/sdsu/espanol/eg_info.htm

Orrego, A. (2005). *Las organizaciones de economía solidaria: Un modelo de gestión innovador*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/2250/225020897004.pdf>

Razeto, L. (2013). *La economía solidaria: concepto, realidad y proyecto*. Recuperado de: <http://www.luisrazeto.net/content/la-econom%C3%ADa-solidaria-concepto-realidad-yproyecto> [Consulta: 20 de Noviembre de 2013] .

Ruberto, A. (2006). *Ingeniería Sanitaria y Ambiental*. Recuperado de: http://200.38.34.3/documentos/varios/guia_metodologica_impacto_ambiental.pdf

Sanchez, R. (2012). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*: Recuperado de: <http://clasev.net/v2/mod/resource/view.php?id=29495>

Sapag, N., & Sapag, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos* 5ª. ed. Colombia: McGraw-Hill.

Sarria, A. (2002). *Economía solidaria, prácticas cooperativas y desarrollo local en el sur de Brasil*. Recuperado de: http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/03_Sarria_43.pdf

Thompson, I. (2006). *Oficina del Emprendedor*. Recuperado de: <http://www.promonegocios.net/empresa/concepto-empresa.html>



ANEXOS

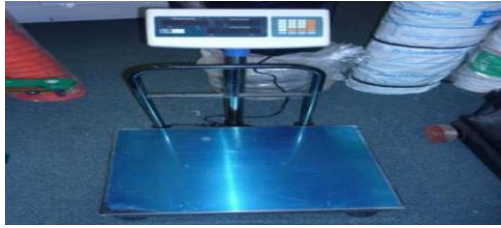
Anexo A: Foto de encuesta



Anexo B: Foto de investigación al productor



Anexo C: Maquinaria y equipo Empacado



Transportador de carga y descarga



Cosedora



Carretilla Hidráulica



Anexo D: Construcción de las Instalaciones y de la Planta

Cód.	Rubro	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P Total
1	Excavación de plintos y cimientos	m3	86.56	8.8	761.728
2	Cimiento de hormigón y ciclópeo	m3	54	69.2	3736.8
3	Hormigón simple en plintos f'c = 210 kg/cm2	m3	14	116.15	1626.1
4	Hormigón simple en cadenas f'c = 210 kg/cm3	m3	13	170.7	2219.1
5	Hormigón en riostras f'c = 210 kg/cm2	m3	2.8	192.8	539.84
6	Hormigón simple en muro	m3	6	116.45	698.7
7	Acero de refuerzo	Kg	2191	1.7	3724.7
8	Instalación de cuarto frio	Kg	8500	1.68	14280
9	División de malla y tubos	m2	274	23	6302
10	Cubierta placa residencial	m2	1107.44	18.9	20930.62
11	Contrapiso de hormigón simple H.S f'c = 180 kg/cm2	m2	935	8.22	7685.7
12	Masilla de piso	m2	935	3.23	3020.05
13	Mampostería de bloque e= 0,15m	m2	650	12.14	7891
14	Enlucido vertical paletado	m2	35	5.51	192.85
15	Cerradura del baño	U	3	24.63	73.89
16	Cerradura principal tipo Bultos	U	1	72	72
17	Punto de agua	Pto.	15	24.48	367.2
18	Punto eléctrico empotrado	Pto.	50	20.73	1036.5
19	Tablero de control de cuatro puntos	Ud.	2	63	126
20	Puntos de canalización en PVC	Pto.	10	14.8	148
21	Inodoro tanque bajo Edesa	U	3	82	246
22	Lavamanos Edesa	U	3	64	192
23	Rejilla de piso d = 3	U	6	2.9	17.4
24	Bultos de revisión	U	4	75	300

Anexo E: Maquinarias y equipos de operación

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Cosedora de sacos	5	280	1400
Banda Transportadora	4	210	840
Carretilla Hidráulica	4	395	1580
Balanzas Electrónicas de 300 kilos	5	350	1750
Perchas Bilaterales	15	700	10500
Total			16070

Anexo F: Muebles y equipos de oficina

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Escritorios de oficina	4	100	400
Mesa de reunión	1	350	350
Sillas	40	15	600
Silla de Gerencia	1	200	200
Teléfonos	2	20	40
Grapadoras	1	4	4
Perforadoras	2	4.5	9
Archivadores de oficina	1	150	150
Fax	2	15	30
Total			1783

Anexo G: Equipos de computación

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Computador	4	600	2400
Impresora	1	180	180
Total			2580

Anexo H: Costos Indirectos de Operación

DETALLE	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Gavetas	16000.00	16179.20	16360.41	16543.64	16728.93
Costales 60*90 (Por 1000uni.	600.00	606.72	613.52	620.39	627.33
Cintas para amarre	12.50	12.64	12.78	12.92	13.07
Bultos	2250.00	2275.20	2300.68	2326.45	2352.51
Agujas cocedoras	12.00	12.13	12.27	12.41	12.55
Total	18874.50	19085.89	19299.66	19515.81	19734.39